



Faculty of
Economics

ISSN 2302-9791



CBAM Vol 1 No. 1 Desember 2012

Proceedings of
Conference In Business, Accounting and Management
(CBAM) 2012

*Green Business and Sustainability:
The Role of Information and Communication Technology (ICT),
Management Approaches and Accounting Practices*

Editors:

Dr. Widodo, SE.,M.Si

Olivia Fachrunnisa, M.Si.,Ph.D

Editors:

Dr. Widodo, SE.,M.Si

Olivia Fachrunnisa, M.Si.,Ph.D

Reviewer Team:

Prof. Dr. Tatiek Nurhayati, MM,

Prof. Dr. Wuryanti Koentjoro, MM,

Dr. Abdul Hakim, M.Si,

Dr. Ali Shahab, M.Si,

Dr. Ardian Adhiatma, MM,

Dr. Budhi Cahyono, M.Si,

Dr. Heru Sulistyo, M.Si,

Dr. Ibnu Khajar, M.Si,

Dr. Indri Kartika, M.Si,

Dr. Mutamimah, M.Si,

Dr. Nunung Ghoniyah, M.Si,

Olivia Fachrunnisa, M.Si.,Ph.D,

Dr. Widodo, M.Si,

Dr. Zaenal Alim Adiwijaya, M.Si

Layout

Andi Susanto

email: andisusantowe@gmail.com

Penerbit

EF Press Digimedia

Jl. Bukit Agung C-5 Semarang

email: efpressdigimedia@gmail.com

Alamat Penyunting

Fakultas Ekonomi UNISSULA

Jl.Raya Kaligawe Km.4 Semarang Jawa Tengah Phone (024) 6583584

cbam.unissula@gmail.com

website: www.unissula.ac.id.

KATA PENGANTAR

Perjalanan Panjang Yang Dilandasi Oleh *Smart And Hard Working* Serta Kerja Ikhlas, Kegiatan *Conference In Business, Accounting And Management (Cbam) 2012* Dapat Dilaksanakan Dengan Penuh Bermakna. Oleh Karenanya, Syukur Alhamdulillah Kami Panjatkan Kepada Allah Swt Yang Telah Memberikan Berbagai Anugrah. Terselenggaranya Kegiatan Ini Adalah Wujud Anugrah-Mu

Kegiatan *Conference In Business, Accounting And Management (Cbam) 2012* Merupakan Media *Sharing Knowledge* Bagi Edukatif Untuk Mewujudkan *Sustainable Competitive Advantage*. Namun Adanya Keterbatasan Sumber Daya, Melalui Proses Review Yang Ketat Dan Selektif, Kami Hanya Dapat Menerima Atau Meloloskan 70 % Dari Jumlah Artikel Yang Dikirimkan Oleh Para Pemakalah. Oleh Karena Itu Pemakalah Yang Kami Undang Di Acara Ini Adalah Artikel Yang Terpilih. Yang Merupakan Perwakilan Dari Seluruh Wilayah Indonesia.

Kemudian Kami Mengucapkan Terima Kasih Pada Berbagai Pihak Yang Telah Mendukung Kegiatan Ini Dan Akhirnya “ *Mengelola Organisasi Adalah Mengelola Knowledge. Knowledge Tidak Akan Bermakna, Jika Hanya Sebagai Informasi, Namun Knowledge Akan Bermakna Jika Di Diimplementasikan.*”

Semarang, Desember 2012
Ketua Penyelenggara

Dr. Widodo. Se. M.Si

DAFTAR ISI

Respon Perubahan Tarif Pajak Penghasilan, Insentif Dan Non-Insentif Pajak Terhadap Manajemen Laba	1 - 14
Abdul Slamet Provita Wijayanti	
The Effect of the Performance of Micro and Small Companies on the Collectability with Spirituality as Moderating Variable	15 - 22
Adi Kuswanto Maulana Ali	
Factors that influence on dividend policy	23 - 33
Adi Kuswanto Ari Kharisma Sardiyo	
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pentingnya Audit Sistem Informasi Studi Kasus pada Sub Direktorat Teknologi Kantor Pusat PT POS INDONESIA (PERSERO)	35 - 45
Agung Adiono Anggitya Hana Pratiwi	
Model <i>Logistic Regression</i> Dalam Penentuan Kebijakan Dividen Perusahaan Di Indonesia (Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	47 - 59
Agung Satmoko Sudarman	
Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam Penentuan Penyaluran Kredit Perbankan (Studi Pada Bank Umum Di Indonesia Periode Tahun 2006 - 2011)	61 - 75
Agus Murdiyanto	

Corporate Social Responsibility (Csr) Information Disclosure Among Industry Classification By Annual Reports Of Public Companies Listed At Indonesia Stock Exchange (Idx)	77 - 88
Ali Mohammed Abulgasim Abusbaiha	
Pengaruh Isi Pesan, Sumber Pesan, Dan Insentif Pada Sikap Konsumen Terhadap Sms Advertising	89 - 97
Anggi Surya Saputra Yenny Purwati	
Pengaruh Partisipasi Anggaran Dan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Manajerial : Komitmen Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Ketidakpastian Tugas, Ketidakpastian Lingkungan Dan Strategi Bisnis Sebagai Variabel Moderasi	99 - 120
Adek Latifa Nuraini Rosyati	
Menghindari <i>Green Marketing Myopia</i>: Upaya Peningkatan Performa Produk Ramah Lingkungan	121 - 129
Berta Berti Retnawati	
Peran Modal Sosial Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau Di Kabupaten Wonosobo	131 - 144
Budhi Cahyono Ardian Adhijatma	
Gaya Hidup Hijau: Membeli <i>E-Ticket</i>	145 - 150
Christina Rahardja Honantha	
Effect Of Knowledge On Nutrition Diet Behavior With Attitude To Mediation Functional Foods For Diabetes Mellitus Patients In Surabaya	151 - 164
Christina Esti Susanti Budianto Tedjasuksmana	
Analisa Lingkungan Makro, Perilaku Konsumen Serta Peluang Dan Strategi Bisnis Hijau Di Indonesia	165 - 174
Damayanti Octavia	
<i>Corporate Governance</i>, Pengaruhnya Terhadap Kualitas Informasi Investor Atas Bumn Terprivatisasi	175 - 184
Dwi Lusi Tyasing Swastika	

Pengaruh Profitabilitas, <i>Financial Leverage</i>, Dividen, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Kelompok Usaha Terhadap Perataan Laba Studi Kasus Pada Perusahaan Non-Finansial Yang Terdaftar Di Bei	185 - 200
Eko Budi Santoso Sherly Novia Salim	
Tingkat Kesadaran Pelaku Usaha dalam Implementasi Pertanggungjawaban Sosial (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	201 - 213
Endang Raino Wirjono	
Upaya Peningkatan Kinerja Organisasi Melalui Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik	215 - 230
Endang Tjahjaningsih Mulyo Budi Setiawan	
Influence Of Ownership Structure And Board Activity To Voluntary Disclosure For Manufacturing Companies In Indonesian Stock Exchange	231 - 244
Evi Gantowati Ayu Nur Fitria	
Bank Syariah Di Indonesia: Ketaatan Pada Prinsip-Prinsip Syariah Dan Kesehatan Finansial	245 - 254
Falikhatun Yasmin Umar Assegaf	
Bank Syariah Di Indonesia: <i>Corporate Governance</i> Dan Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Islami (<i>Islamic Social Responsibility Disclosure</i>)	255 - 267
Yasmin Umar Assegaf Falikhatun Salamah Wahyuni	
Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen	269 - 282
Feisy Christina Puteri Ari Budi Kristanto Paskah Ika Nugroho	
Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet iPad (Studi Pada Konsumen iPad di Semarang)	283 - 300
Ferdian Ario Sasongko Imroatul Khasanah	

Pengaruh Orientasi Stratejik <i>Entrepreneurs</i> Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm : Studi Pada Ukm Batik Di Kabupaten Sragen.	301 - 313
Fitri Lukiastuti Yanuar Rachmansyah	
Studi tentang Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Semarang	315 - 337
Frendy Prasetya Sri Rahayu Tri Astuti	
Pengaruh Modal Intelektual Pada Kinerja Organisasional: Sebuah Pendekatan Komplementarian	339 - 357
Hamdi Harmen Fairuzzabadi Farid	
The Influence Of Fundamental Factors To Liquidity Risk On Banking Industry: Comparative Study between Islamic Bank and Conventional Bank In Indonesia	359 - 368
Harjum Muharam Hasna Penta Kurnia	
Model Bauran Terintegrasi Dalam Meningkatkan Peran Dan Fungsi Koperasi Rukun Tetangga Di Kabupaten Wonogiri : Studi Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat	369 - 386
Hendar Moh. Ali Shahab	
<i>Decision Support System</i> Pemilihan Lokasi Terminal <i>Check In</i> Pelabuhan Merak Dengan Metode Delphi	387 - 403
Henricus Bambang Triantono	
Pengaruh Kepemimpinan, Pemberdayaan, dan Stres Kerja Terhadap Komitmen Organisasional serta dampaknya terhadap Kinerja Dosen	405 - 423
Idayanti Nursyamsi	
Strategi Peningkatan Produktivitas Industri Kreatif Handycraft Upaya Pengelolaan Sumber Daya Berbasis Masyarakat	425 - 440
Ign. Sri Seventi P Mahastuti Agung Rahmawati Sarah Rum Handayani dan Anastasia Riani S	

Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan dengan <i>Culture</i> dan <i>Corporate Governance</i> sebagai Variabel Pemoderasi: Studi Empiris Pada Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia	441 - 460
Indah Novita Sari Lulus Kurniasih	
Model Pengukuran Kinerja Entitas Syariah	461 - 484
Istutik	
Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Kinerja Perusahaan Di Indonesia (Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesian dengan <i>Probabilistic Regression Model</i>)	475 - 484
Joko Sukendro C. Ambar Pujiharjanto	
Protes Perajin Tahu-Tempe Dalam Wacana Media: Sebuah Penelitian Awal Menggunakan Analisis Isi	485 - 502
Kresno Agus Hendarto	
Karakteristik Preferensi Risiko Investor Berdasarkan Jenis Pekerjaan Dan Efikasi Diri (Studi Empiris pada Sentra Inventasi Danareksa Salatiga)	503 - 515
Kristina Maria Rio Rita	
Relevansi Nilai Laba Akuntansi pada Aksi <i>Stock split</i> : Pendekatan Model Harga Dan <i>Return</i>	517 - 526
Linda Endang Surasetyo Ningsih	
Analisis Pengaruh Konflik Hubungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Studi Empirik Pada Industri Kerajinan Rotan Desa Trangsan Gatak Sukoharjo Jateng	527 - 539
Lukman Hakim, Sujadi Siti Fatimah Nurhayati	
Peran <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Dalam Memediasi Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Dan <i>Earning Management</i> Terhadap <i>Corporate Financial Performance</i>	541 - 562
Luluk Muhimatul Ifada Siti Istiqomah	

Perbandingan Pembiayaan Murabahah & Musyarakah Menurun Untuk Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Bank Syariah Mohamad Heykal	563 - 572
Tantangan Pengembangan Konsep Perdagangan Sukuk di Pasar Sekunder Hanandewa Mohamad Heykal	573 - 582
Identifikasi Perilaku Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Ritel Skala Kecil Di Kota Semarang Moh. Khoiruddin Anindya Ardiansari	583 - 600
Consumer Acceptance Of E-Commerce In Indonesia Muhammad Luthfihadi	601 - 614
Analisis Pengumuman Akuisisi Terhadap <i>Return</i> Saham Bank Umum di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2011 M. Sienly Veronica Anis Putri Kusuma	615 - 629
Pengembangan Karir Karyawan Perbankan di Kota Makassar Mahlia Muis	631 - 648
Peningkatan Kinerja Ukm Dengan Pengelolaan <i>Intellectual Capital</i> Dan Inovasi Maya Indriastuti Dista Amalia Arifah	649 - 661
Implementasi Konservasi Moral Melalui Pendidikan Akuntansi Berkarakter Untuk Mengoptimalkan Peran Etika Bisnis Dan Profesi Dalam Upaya Mewujudkan <i>Greening Business Management</i> Maylia Pramono Sari Surya Raharja	663 - 683
Pengaruh Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melvina MI Mitha Dwi Restuti	685 - 695

Corporate Governance Dan Profitabilitas: Pengaruhnya Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Yang Listing Di Bei Ninda Eka Agustina Moh. Syadeli	697 - 710
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Premature Sign-Off Of Audit Procedure</i> Pada KAP di Jawa Tengah Nanik Sri Utaminingsih Hayuning Tyas	711 - 724
Peran Iklim Kerja Dan Kepemimpinan Memoderasi Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru (Studi Kasus SMP Negeri se Kecamatan Kajen Pekalongan) Niti Setiasih Yeye Susilowati	725 - 733
Impact Of Government Policy And Rationality Of The Smoker To The Cigarette Consumption In Indonesia Noor Syaifudin	735 - 743
Bisnis Makanan Dan Minuman Masih Memikat: Analisis Harga Saham Industri Food And Beverages Di Bursa Efek Indonesia Nugroho J. Setiadi Nadya Novianti Cahyaningsih Dewi Tresna Lestari	745 - 756
Disparitas Antar Kecamatan Dan Strategi Pembangunan Ekonomi di Kabupaten Banyuwangi Nur Anim Jauhariyah Abdul Kholiq Syafa'at Nurul Inayah Lely Ana Ferawati Ekaningsih	757 - 772
Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System Dan Modernisasi Administrasi Pajak Terhadap Kualitas Pelayanan Pajak (Studi Kasus Pada Kpp Kebon Jeruk 1) Nuramalia Hasanah Indra Pahala Susi Indriani	773 - 785

Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Dosen Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Jember	787 - 801
Nurul Qomariah	
Efektifitas <i>Corporate Governance</i> ,<i>Corporate Social Responsibility</i>, dan <i>Earning Management</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Perspektif <i>Expectacy Theory</i> dan <i>Agency Theory</i>)	803 - 817
Pancawati Hardiningsih Rachmawati Meita Oktaviani	
Peran Strategis SDM di dalam Membangun Organisasi Bersaing	819 - 831
Prihatin Tiyanto PH	
Diagnosing Organizational Change: How The Implications To Employee And Organization Performances	833 - 855
Prita Ayu Kusumawardhany	
Technology Readiness Model (Trm) Dan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Memprediksi Niat Individu Dalam Menggunakan <i>E-Learning</i>	857 - 871
Rahab Haryadi Hermin Endratno	
Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah)	873 - 883
Rahmi Widyanti Kurniaty	
Perspektif Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Keluarga: survei Perusahaan Keluarga Di Semarang	885 - 896
Ranto P. Sihombing Monika Palupi Stephana Dyah Ayu Vena Purnamasari Clara Susilawati	
Meningkatkan Mutu Layanan Perguruan Tinggi Melalui Praktik Pengelolaan <i>Quality Work of Life</i> Karyawan	897 - 906
Ratna Widiastuti Meily Margaretha	

Pengaruh Fungsi Mentoring dan Partisipasi Dalam Penetapan Tujuan Terhadap Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor: Peran Keadilan Organisasi Sebagai Variabel Mediasi Rispanyo Rahmawati	907 - 926
Investors' Reaction To Csr Disclosure: Evidence From Indonesia Salim Darmadi Gunawan	927 - 946
Pengaruh Anteseden Niat Rekomendasi Terhadap Pertumbuhan Net Promoter Score® Dan Pertumbuhan Pendapatan Perusahaan Sandy Christian Listiono Dudi Anandya	947 - 960
Hubungan Antara Pengaruh Normatif dan Niat Beli Pakaian Merek Luar Negeri: Kesadaran Merek, Kualitas, dan Nilai Emosi Sebagai Variabel Mediasi Shannaz Nadya Sabrina O. Sihombing	961 - 975
Anteseden Konflik Pekerjaan-Keluarga Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Bank Pemerintah di Wilayah Jateng dan DIY) Sih Darmi Astuti Tristiana Rijanti	977 - 1012
Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Pasar Sampangan Kota Semarang Pasca Relokasi Penjualan Siti Ridloah Vini Wiratno Putri	1013 - 1031
Dampak Set Peluang Investasi Terhadap <i>Cost Of Equity Capital</i> Pada Perusahaan Publik di Indonesia Sri Hermuningsih	1033 - 1040
Analisis Pengaruh Profesionalisme Terhadap Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, Prestasi Kerja Dan Keinginan Berpindah Bagi Tenaga Profesi Perawat (Studi Pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang) Sri Rahayuningsih	1041 - 1058

Improving Employees' Performance Through Work Environment, Leadership, And Organization Culture To Create Work Satisfaction At Pt. Sukun, Kudus Sukirman	1059 - 1075
Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Panas Cipari Kabupaten Cilacap Suliyanto	1077 - 1084
Kepemilikan Bank, Pemenuhan Kecukupan Modal Dan Insentif Pbv Sebagai Penentu Pengambilan Risiko Perbankan Taswan	1085 - 1100
Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>) Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 Tri Wahyu Karuniawan Yeterina Widi Nugrahanti	1101 - 1117
Model E-Business Untuk Klaster Industri Kerajinan Gerabah Tutik Khotimah Darsin	1119 - 1134
Pengaruh <i>Quality of Work Life</i> terhadap Kepuasan kerja, Komitmen Organisasi, <i>Turnover Intention</i> dan Stres Kerja: Studi pada BMT Di Kabupaten Kudus Wahibur Rokhman	1135 - 1145
Potensi <i>Green</i> Bisnis Sisa Garmen Di Cigondewah Bandung Wanda Listiani	1147 - 1152
Pengaruh <i>Idiosyncratic Risk</i> Dan Likuiditas Saham Terhadap <i>Return Saham</i> Werner R. Murhadi	1153 - 1163
Strategi Manajemen Berbasis Keuangan Sebagai Faktor Mitigasi Dalam Penerimaan Keputusan Opini <i>Going Concern</i> Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia Widhy Setyowati	1165 - 1181

Pengaruh Isi Pesan, Sumber Pesan, Dan Insentif Pada Sikap Konsumen Terhadap Sms Advertising	1183 - 1191
Anggi Surya Saputra 1183-1191	
Yenny Purwati	
 Akuntabilitas Lembaga Pengelola Zakat Di Kabupaten Jember	1193 - 1212
Yulinartati 1193-1212	
Lely Ana Ferawati Ekaningsih	
Ahmad Roziq	

Respon Perubahan Tarif Pajak Penghasilan, Insentif Dan Non-Insentif Pajak Terhadap Manajemen Laba

Abdul Slamet

Provita Wijayanti

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Abstract

Tax is an obligation that must be paid by the company, the greater the income the company the greater the tax due. Management expects the tax payment detail to allow management to do the engineering to minimize the income tax burden. This study aims to examine the effects of changes in income tax rates that Law. 36 of 2008 on Income Tax on discretionary accrual due to a decrease in income tax rates between 2009 and the Agency for the year 2010 is the year 2009 by 28% and in 2010 dropped to 25%. In addition, this study also aims to determine the impact of tax and non tax incentives as well as the percentage of shares traded on the Stock Exchange of earnings management behavior. Sample of this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange, which has published its financial statements from 2009-2010. Methods of analysis in this study using multiple regression analysis to determine the effect of independent variables earnings pressure, debt level, earnings bath, firm size, managerial ownership and the percentage of shares) against the dependent variable (discretionary accruals) and using independent sample t-test for the different test equipment. independent sample t-test was used to examine differences in the level of discretionary accruals between 2009 and 2010 after a decline in income tax rates. The results showed that before and after the reduction in tax rates, the management was not convicted of discretionary accruals to make savings income. This suggests that management in Indonesia did not take action to make opportunistic earnings management in order to decrease the tax rate Agency 2010. From the regression results of tax incentives and the percentage of shares traded on the Stock Exchange a significant effect on discretionary accruals, non-tax incentives only to have a significant earnings pressure on discretionary accruals, while the level of debt, earnings bath, firm size and managerial ownership has no significant effect on discretionary accruals.

Keywords : *Changes in tax rates, and discretionary accruals.*

PENDAHULUAN

Pajak menjadi faktor dominan dalam penerimaan negara, sehingga sering menjadikan konflik antara manajemen dengan pemerintah, besar kecilnya pajak yang terutang oleh perusahaan tergantung dari besarnya laba yang diperoleh perusahaan selama periode tersebut. Pada dasarnya pemerintah memberlakukan

bermacam-macam peraturan pajak untuk memaksimalkan pendapatan negara khususnya dari sektor penerimaan pajak. Faktor utamanya adalah karena pajak merupakan sumber pendapatan utama di Indonesia. Sedangkan pihak manajemen/pengelola perusahaan sebagai wajib pajak sudah pasti menginginkan pembayaran pajak sekecil mungkin. Apabila beban

pajak tersebut dirasakan terlalu berat bagi perusahaan, maka dapat mendorong manajemen untuk mengatasinya dengan berbagai cara, salah satunya dengan memanipulasi laba perusahaan (Wulandari dkk, 2004).

Earnings atau laba sering digunakan sebagai dasar untuk pembuatan keputusan berbagai pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu sering juga manajer memanfaatkan peluang untuk merekayasa angka laba (*earning management*) dengan rekayasa akrual untuk mempengaruhi hasil akhir dari berbagai keputusan riil agar kinerjanya dianggap lebih baik atau untuk meminimalkan beban pajak penghasilan yang harus dibayar oleh perusahaan. Ada beberapa cara manajemen laba yang dilakukan oleh manajer salah satunya dengan menggunakan *discretionary accrual*. Penggunaan *discretionary accrual* pada laporan keuangan menyebabkan manajemen dapat merekayasa laba yang disajikan. Manajemen yang melakukan manajemen laba akan mendapatkan beberapa keuntungan pribadi. Tujuan yang akan dicapai manajemen melalui manajemen laba antara lain untuk memperoleh penghargaan atas kinerjanya, untuk memperoleh bonus dan kompensasi lain, untuk mempengaruhi keputusan pelaku pasar modal, untuk menghindari pelanggaran perjanjian hutang, dan untuk menghindari biaya politik.

Sesuai Undang-undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, ada perubahan tarif pajak yang berlaku di Indonesia, yaitu: (a) 28% berlaku efektif mulai tahun 2009 dan 25% berlaku efektif mulai tahun 2010. (b) Tarif 5% lebih rendah dari tarif normal (28% untuk tahun 2009 dan 25% untuk tahun 2010) untuk perusahaan yang *go*

public dan minimal 40% dari saham yang disetor di perdagangan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Salah satu upaya yang dilakukan manajemen untuk memperoleh keuntungan dari adanya perubahan tarif pajak Badan ini adalah *tax shifting* yaitu dengan memindahkan laba tahun sebelum perubahan pajak ke laba sesudah perubahan tarif pajak yang tarif pajaknya relatif lebih kecil atau sebaliknya apabila perubahan tarif pajaknya pada tahun berikutnya menjadi lebih besar maka manajemen cenderung mengakui pendapatan lebih cepat untuk menghindari tarif pajak yang lebih besar. Dengan adanya penurunan tarif pajak tahun 2008 ini memberikan kesempatan bagi manajemen untuk melakukan manajemen laba guna meminimalkan pajak, di mana perusahaan akan menunda pengakuan laba atau mempercepat pengakuan biaya pada tahun sebelum penurunan tarif pajak.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI melakukan manajemen laba (*discretionary accrual*) karena adanya perubahan tarif PPh Badan (tahun 2009 sebesar 28% dan tahun 2010 sebesar 25%)?
2. Apakah *discretionary accrual* dipengaruhi insentif pajak dan insentif non-pajak?
3. Apakah persentase jumlah saham yang disetor perusahaan yang diperdagangkan di BEI berpengaruh terhadap *discretionary accrual*?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Perubahan Tarif Pajak dan Manajemen Laba

Pengertian pajak penghasilan sesuai dengan pasal 1 Undang Undang PPh adalah pajak yang dikenakan terhadap subyek pajak atas penghasilan yang diterima dalam tahun pajak. Oleh karena itu PPh disebut pajak subjektif karena PPh melekat pada subjek yang dikenakan PPh tersebut.

Wajib Pajak dikenakan pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh selama satu tahun pajak atau dapat pula dikenakan pajak untuk penghasilan dalam bagian tahun pajak. Tahun pajak adalah tahun takwim yang dimulai pada tanggal 1 Januari dan berakhir pada tanggal 31 Desember, namun Wajib Pajak dapat menggunakan tahun pajak mengikuti tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim, sepanjang tahun buku tersebut meliputi jangka waktu 12 (dua belas) bulan. Bagian tahun pajak adalah jangka waktu (hari/bulan) yang kurang dari 12 (dua belas) bulan saat Wajib Pajak memperoleh penghasilan.

Perubahan tarif pajak penghasilan yang terbaru di Indonesia terjadi pada tahun 2008 yaitu UU No. 36 Tahun 2008 tentang perubahan ke-empat atas UU No. 7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan yang didukung dengan Peraturan Menteri Keuangan PMK-238/PMK.03/2008. Menurut Peraturan Menteri Keuangan PMK-238/PMK.03/2008 ada 5 (lima) hal yang diatur dalam penurunan tarif, diantaranya:

1. Wajib Pajak Badan Dalam Negeri

yang berbentuk Perseroan Terbuka dapat memperoleh potongan tarif pajak penghasilan sebesar 5% lebih rendah dari tarif tertinggi Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan Dalam Negeri sebagaimana diatur dalam pasal 17 ayat (1) huruf b Undang-Undang PPh.

2. Penurunan Tarif Pajak Penghasilan sebagaimana dimaksud di atas diberikan kepada Wajib Pajak apabila jumlah kepemilikan saham publiknya 40% (empat puluh persen) dan atau lebih dari keseluruhan saham yang disetor dan saham tersebut dimiliki paling sedikit oleh 300 (tiga ratus) pihak.

3. Masing-masing pihak sebagaimana dimaksud di atas hanya boleh memiliki saham kurang dari 5% dari keseluruhan saham yang disetor.

4. Ketentuan sebagaimana dimaksud di atas harus dipenuhi oleh Wajib Pajak Badan dalam waktu paling singkat 6 bulan dalam jangka waktu 1 tahun pajak.

5. Waktu enam bulan sebagaimana dimaksud di atas adalah 183 hari.

Berdasarkan Undang-undang No. 36 tahun 2008 terdapat perbedaan tarif PPh Badan tahun 2009 dengan tarif PPh Badan tahun 2010, yaitu tarif PPh Badan tahun 2009 sebesar 28% sedangkan tahun 2010 sebesar 25%. Atau tarif 5% lebih rendah dari tarif normal (28% untuk tahun 2009 dan 25% untuk tahun 2010) untuk perusahaan yang *go public* dan minimal 40% dari persentase saham yang disetor diperdagangkan di BEI. Adanya penurunan tarif pajak ini memberikan insentif bagi manajer untuk melakukan rekayasa laba dengan cara mempercepat atau memperlambat pengakuan laba dan beban. Dengan cara menunda pengakuan pendapatan atau beban ke tahun yang tarif pajaknya lebih

rendah, yaitu menggeser pendapatan dan beban ke tahun 2010 dengan tujuan untuk menghemat beban pajak yang harus dibayar perusahaan.

Dari uraian tersebut, rumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

H1 : Ada perbedaan nilai *discretionary accrual* tahun 2009 dan tahun 2010 sebagai respon perubahan tarif PPh Badan.

Insentif Pajak dan Manajemen Laba

Insentif pajak yang dalam hal ini diprosikan dengan perencanaan pajak yaitu tindakan legal pengendalian transaksi terkait dengan konsekuensi potensi pajak yang dapat mengefisiensikan jumlah pajak yang harus dibayar ke pemerintah. Perencanaan pajak dilakukan manajemen untuk mengoptimalkan alokasi sumber dana agar pembayaran pajak menjadi lebih efektif. Dengan adanya upaya manajemen untuk menghemat pajak, maka memungkinkan bagi manajemen untuk melakukan penghematan pajak dengan melakukan manajemen laba. Subagyo dan Oktavia (2010) menemukan bukti empiris bahwa insentif pajak berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*. Dari uraian tersebut dapat ditarik suatu hipotesis sebagai berikut.

H2 : Insentif pajak (perencanaan pajak) berpengaruh terhadap *discretionary accrual*.

Insentif Nonpajak dan Manajemen Laba

Insentif non-pajak yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. *Earnings pressure*

Menurut Guenther (1994) dan Subagyo dan Oktavia (2010) Insentif pajak mengimplikasikan bahwa perusahaan akan memilih untuk menurunkan laba sebagai respon atas penurunan tarif pajak. Untuk perusahaan yang labanya tidak mencapai target, penurunan laba yang dilakukan untuk tujuan pajak dapat dikurangi oleh *earnings pressure* guna meningkatkan laba akuntansi. Perusahaan yang labanya tidak mencapai target tidak menurunkan labanya sebagai respon penurunan tarif pajak namun cenderung melakukan *earnings pressure* untuk menaikkan laba akuntansi guna meningkatkan nilai perusahaan. Dari uraian tersebut dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut :

H3a : *Earning Pressure* berpengaruh terhadap *discretionary accrual*.

2. Tingkat utang

Subagyo dan Oktavia (2010) mengatakan bahwa dalam konteks penurunan tarif pajak, keputusan untuk melakukan manajemen laba sangat erat kaitannya dengan tingkat utang perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang tinggi cenderung akan melakukan manajemen laba dengan menggeser laba tahun akan datang ke laba periode sekarang untuk menaikkan labanya guna meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik minat investor. Dari uraian tersebut dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut :

H3b : Tingkat Utang berpengaruh terhadap *discretionary accrual*.

3. *Earnings bath*

Menurut Chaney *et al.* (1995) dalam Subagyo dan Oktavia (2010) menyatakan

bahwa apabila laba yang diperoleh oleh perusahaan rendah (di bawah target), maka manajer cenderung melakukan “*big bath*”. Sedangkan Menurut Solechan (2009), *Big Bath* juga sering disebut sebagai *taking a bath*. *Earning bath* dilakukan dengan menggeser laba periode yang memiliki laba tinggi ke periode yang labanya lebih rendah guna meningkatkan laba. Apabila pada periode berjalan memiliki laba yang rendah maka perusahaan cenderung menggeser laba periode mendatang ke periode berjalan untuk meningkatkan laba periode berjalan yang rendah dan sebaliknya apabila laba periode berjalan tinggi perusahaan cenderung menggeser laba periode berjalan ke periode mendatang untuk menjaga agar laba tahun mendatang dapat mencapai target yang diharapkan. Dari uraian tersebut dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut :

H3c : *Earning Bath* berpengaruh terhadap *discretionary accrual*.

4. Ukuran perusahaan

Semakin besar aset perusahaan semakin besar pula modal yang ditanamkan, semakin besar produksi, semakin besar penjualan dan semakin besar perputaran uang serta semakin besar kapitalisasi pasar dan semakin dikenal masyarakat. Perusahaan yang besar dan telah dikenal masyarakat cenderung akan lebih berhati-hati dalam melaporkan laporan keuangannya. Dalam hal ini perusahaan besar cenderung melakukan manajemen laba untuk menstabilkan laba yang diperolehnya. Scholes *et al.* (1992) dalam Subagyo dan Oktavia (2010) menemukan bahwa perusahaan besar cenderung menggeser laba kotornya.

H3d : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *discretionary accrual*

5. Kepemilikan manajerial

Jensen dan Meckling (1976) dalam Made Sukarta (2007) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial erat kaitannya dengan konflik keagenan. Terjadinya *agency conflict* disebabkan oleh pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Semakin sedikit pemilik perusahaan, kendali akan semakin besar dan cenderung menekan konflik keagenan. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan maka manajemen akan berusaha lebih giat untuk memenuhi kepentingan pemegang saham yang dirinya sendiri juga termasuk didalamnya. Perusahaan dengan tingkat kepemilikan manajerial yang tinggi diharapkan memiliki *discretionary accrual* yang negatif untuk memperoleh keuntungan pajak.

H3e : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *discretionary accrual*.

Persentase Jumlah Saham yang Disetor Yang Diperdagangkan di BEI dan *Discretionary Accrual*

Sesuai dengan peraturan undang-undang pajak penghasilan tahun 2008 bahwa tarif pajak yang berlaku yaitu tarif pajak tunggal yaitu 28% untuk tahun 2009 dan 25% untuk tahun 2010. Tetapi perusahaan *go public* yang minimal 40% saham yang disetor diperdagangkan di BEI, tarif pajak bagi perusahaan *go public* tersebut tarif pajak yang dikenakan 5% lebih rendah dari tarif normal yang berlaku (28% untuk tahun 2009 dan 25% untuk tahun 2010). Dengan

perbedaan tarif bagi perusahaan *go public* yang 40% saham disetor diperdagangkan di BEI, maka timbul dugaan bahwa perusahaan *go public* dengan minimal 40% saham disetornya diperdagangkan di BEI akan melakukan manajemen laba dalam rangka merespon perubahan tarif pajak penghasilan. Oleh karena itu, maka dikembangkan hipotesis berikut ini.

H4 : Persentase jumlah saham yang disetor yang diperdagangkan di BEI berpengaruh terhadap *discretionary accrual*.

METODE PENELITIAN

Data, Populasi dan Sampel Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan Wajib Pajak Badan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2009-2010. Di dalam penelitian ini, data sekunder berupa laporan keuangan tahunan (Annual Report) yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) 2009-2010. Dari situs resmi ICMD www.idx.co.id.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu metode pengambilan sampel nonprobabilitas yang disesuaikan dengan kriteria tertentu. Beberapa kriteria yang harus dipenuhi dalam penentuan sampel penelitian ini adalah :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2009 dan 2010.

2. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan yang lengkap selama periode pengamatan tahun 2009 dan 2010.

3. Perusahaan menggunakan mata uang Rupiah dalam melaporkan laporan keuangan.

4. Perusahaan melaporkan laba selama periode pengamatan 2010.

5. Mempunyai kelengkapan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Definisi Operasional variabel

1. *Discretionary Accrual*

Discretionary Accrual yang diperoleh dari *error term* total akrual dengan menggunakan model Jones (1991) yang telah dimodifikasi oleh Dechow (1995) adalah sebagai berikut :

a. Menghitung *Total Accrual* (TA)

Total akrual dirumuskan sebagai berikut (Sook, 1998) :

$$TA_{it} = N_{it} - CFO_{it} \quad TA_{it} = N_{it} - CFO_{it}$$

TA juga merupakan penjumlahan antara *non-discretionary accroal* (NDA) dengan *discretionary accrual* (DA) dengan persamaan sebagai berikut :

$$TA = NDA_{it} + DA_{it} \quad TA = NDA_{it} + DA_{it}$$

Dimana :

TA_{it} = Total Accrual perusahaan i pada tahun t

NDA_{it} = Non-discretionary accrual perusahaan i pada tahun t

DA_{it} = Discretionary accrual perusahaan i pada tahun t

b. Menghitung Tingkat Akrual yang Normal (*Non Discretionary Accrual*)

Non Discretionary Accrual (NDA) dihitung dengan memisahkan *discretionary accrual* dengan *non discretionary accrual* dengan persamaan sebagai berikut :

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Formula diatas digunakan untuk menghitung nilai alpha (α) dan beta (β) yang kemudian digunakan untuk menghitung nilai *non-discretionary accrual* sebagai berikut :

$$NDA_{it} = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

$$NDA_{it} = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Dimana :

$TA_{it} TA_{it}$ = Total Accrual perusahaan i pada tahun t

$NDA_{it} NDA_{it}$ = Non-discretionary Accrual perusahaan i pada tahun t

$A_{it-1} A_{it-1}$ = Total aktiva perusahaan i pada tahun t-1

$\Delta REV_{it} \Delta REV_{it}$ = Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan tahun t-1

$\Delta REC_{it} \Delta REC_{it}$ = Piutang perusahaan i pada tahun t dikurangi piutang tahun t-1

$PPE_{it} PPE_{it}$ = Aktiva tetap perusahaan i pada tahun t-1

$\varepsilon_{it} \varepsilon_{it}$ = Error term perusahaan i pada tahun t

c. Menghitung Tingkat AkruaL Yang Tidak Normal (*Discretionary accrual*)

$$DA_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - \left\{ \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) \right\}$$

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left\{ \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) \right\}$$

Dimana :

$DA_{it} DA_{it}$ = Discretionary accrual perusahaan i pada tahun t

$TA_{it} TA_{it}$ = Total Accrual perusahaan i pada tahun t

$NDA_{it} NDA_{it}$ = Non-discretionary accrual perusahaan i pada tahun t

$A_{it-1} A_{it-1}$ = Total aktiva perusahaan i

pada tahun t-1

$\Delta REV_{it} \Delta REV_{it}$ = Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan tahun t-1

$\Delta REC_{it} \Delta REC_{it}$ = Piutang perusahaan i pada tahun t dikurangi piutang tahun t-1

$PPE_{it} PPE_{it}$ = Aktiva tetap perusahaan i pada tahun t-1

2. Perencanaan Pajak (Tax)

Perencanaan pajak pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus

$$TAX = \frac{\sum_{2010}^{2009} 26,5\% (PTI - CTE)}{A_{it}}$$

Dimana :

$TAX TAX$ = Perencanaan Pajak

$PTI PTI$ = Pre Tax Income (laba sebelum pajak)

$CTE CTE$ = Current portion of total tax expense (beban pajak kini)

Untuk menghitung perencanaan pajak digunakan tarif 26,5% yaitu diperoleh dari rata – rata tarif pajak tahun 2009 dan 2010 sebesar $(25\% + 28\%) / 2$.

3. Earning Pressure (Epres)

Earning Pressure pada penelitian ini didapat dari perubahan laba suatu perusahaan (laba tahun berjalan dikurangi laba tahun sebelumnya) dibagi aktiva awal tahun dengan rumus sebagai berikut :

$$EPres_{it} = \frac{N_{it} - N_{it-i}}{A_0}$$

$$EPres_{it} = \frac{N_{it} - N_{it-i}}{A_0}$$

Dimana :

$EPres_{it} EPres_{it}$ = Earning Pressure

$N_{it} N_{it}$ = Laba tahun berjalan

$N_{it-1} N_{it-1}$ = Laba tahun lalu

$A_0 A_0$ = Total aset awal tahun

4. Tingkat Utang (*Debt*)

Tingkat utang dirumuskan sebagai berikut

$$Debt_{it} = \frac{HJP_{it}}{A_0} \quad Debt_{it} = \frac{HJP_{it}}{A_0}$$

Dimana :

$Debt_{it}$ $Debt_{it}$ = Tingkat hutang

HJP_{it} HJP_{it} = Hutang jangka panjang

A_0 A_0 = Total aset awal tahun

5. *Earning Bath (ERank)*

ERank Diproksikan dengan peringkat ROE perusahaan. ERank diukur dengan menggunakan variabel dummy, ERank diberi angka 1 jika berada di quantile terbawah (dibawah 20%), dan ERank diberi angka 0 untuk yang lainnya.

6. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan logaritma natural aset.

7. Kepemilikan Manajerial (*OwnMan*)

Kepemilikan manajerial yaitu persentase saham yang dimiliki manajemen yang secara aktif ikut serta mengambil keputusan perusahaan dibandingkan dengan total jumlah saham yang beredar. Kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan skala rasio yang dihitung dari persentase kepemilikan dewan direksi dari total saham yang beredar.

8. Persentase Saham Disetor yang Diperdagangkan di BEI (*Stock*)

Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel dummy. Jika saham disetor perusahaan yang diperdagangkan di BEI kurang dari 40% maka *Stock* diberi angka

0, dan jika saham disetor perusahaan yang diperdagangkan di BEI lebih besar atau sama dengan 40% maka *Stock* diberi angka 1.

Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diuji terlebih dahulu untuk memenuhi asumsi dasar, dan pengujian yang dilakukan diantaranya: (1) menguji multikolinearitas dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF), (2) menguji autokorelasi dengan menggunakan uji *lagrange multiplier* (3) menguji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, (4) menguji normalitas data dengan *one sample Kolmogorov-Smirnov*.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis H1 akan diuji menggunakan uji beda yaitu *independent sampel T-Test*, sedangkan Hipotesis H2 sampai H4 akan digunakan regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$DA_{it} = a + b_1TAX_{it} + b_2EPres_{it} + b_3Debt_{it} + b_4ERank_{it} + b_5Size_{it} + b_6OwnMan_{it} + b_7Stock_{it}$$

Dimana :

DA = *Discretionary accrual*

TAX = Perencanaan pajak (*Tax Plan*)

EPres = *Earning pressure*

Debt = Tingkat utang

ERank = Tingkat ROE perusahaan

Size = Ukuran perusahaan

OwnMan = Kepemilikan manajerial

Stock = Persentase saham disetor yang diperdagangkan di BEI

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI ASUMSI KLASIK

Dari hasil uji asumsi klasik menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas variabel independen dalam model regresi. tasta skunder yang diolahikut :n dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan tingkat signifikansi 5 persenDari tabel hasil uji lagrange multiplier menunjukkan nilai probabilitas *lag unstandardized residual* (Res_2) sebesar 0,163 sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi pada variabel independen yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil uji Glejser menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti model penelitian terbebas dari heteroskedastisitas. Dari hasil uji K-S menunjukkan nilai Z dengan tingkat probabilitas (*Asymp. Sig 2-Tailed*) 0,542 sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas yang berarti data residual terdistribusi secara normal.

Pengujian Hipotesis

Perbedaan *Discretionary Accrual* Tahun 2009 dengan *Discretionary Accrual* Tahun 2010

Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan ada perbedaan nilai *discretionary accrual* tahun 2009 dan 2010 diuji dengan menggunakan uji beda t-test. Perbedaan *discretionary accrual* sebagai respon perubahan tarif pajak dapat dilihat dengan apakah ada perbedaan yang signifikan antara *discretionary accrual* pada periode sesudah penurunan tarif pajak penghasilan

badan 2008 untuk tahun 2009 dan 2010. Uji beda T-test disajikan dalam tabel pada lampiran V.

Hasil penelitian menunjukkan *mean* DA tahun 2009 sebesar 0,11297 sedangkan tahun 2010 sebesar 0,14068. Secara absolut terlihat bahwa tidak ada perbedaan DA tahun 2009 dan 2010. Untuk membuktikan perbedaan signifikan DA tahun 2009 dan 2010 dengan melihat nilai probabilitas. Nilai t pada *equal variances not assumed* adalah -1,516 dengan signifikansi 0,132 sehingga terbukti bahwa DA tahun 2009 dan 2010 tidak signifikan berbeda secara statistik. Sehingga hipotesis H1 yang menyatakan ada perbedaan nilai *discretionary accrual* akibat perubahan tarif pajak penghasilan tahun 2009 dan tahun 2010 ditolak.

Pengaruh Insentif Pajak dan Insentif Nonpajak Terhadap *Discretionary Accrual*

A. Insentif Pajak Terhadap *Discretionary Accrual*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien perencanaan pajak sebesar 0,166, nilai t sebesar 1,766 dengan probabilitas 0,079. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa insentif pajak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap *discretionary accrual* (signifikan pada tingkat 10%). Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen melakukan perencanaan pajak untuk mengefisienkan pembayaran karena adanya perubahan tarif pajak penghasilan. Sehingga hipotesis H2 yang menyatakan insentif pajak berpengaruh terhadap *discretionary accrual* diterima.

B. Insentif Nonpajak Terhadap *Discretionary Accrual*

1. *Earning Pressure* Terhadap *Discretionary Accrual*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien *EPres* sebesar 0.223, nilai *t* sebesar 2,602 dengan probabilitas 0,010. *EPres* memiliki probabilitas dibawah 0,10 yang berarti variabel *EPres* berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sampel yang digunakan pada penelitian ini cenderung melakukan *earning pressure* untuk meningkatkan laba tahun berjalan. Nilai koefisien dan nilai *t EPres* positif hal ini menunjukkan perusahaan cenderung melakukan manajemen laba untuk meningkatkan laba jika laba yang diperoleh perusahaan rendah guna meningkatkan labanya untuk menarik minat investor. Sehingga hipotesis H3a yang menyatakan *earning pressure* berpengaruh terhadap *discretionary accrual* dapat diterima.

2. Tingkat Utang Terhadap *Discretionary Accrual*

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai koefisien tingkat utang sebesar 0,024, nilai *t* sebesar 0,273 dengan probabilitas 0,785. Nilai probabilitas *Debt* diatas 0,10 yang berarti tingkat utang tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Nilai koefisien dan nilai *t* positif berarti tingkat utang mempunyai pengaruh yang positif terhadap manajemen laba namun pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa berapapun tingkat utang yang dimiliki tidak mempengaruhi manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Sehingga

hipotesis H3b yang menyatakan tingkat utang berpengaruh terhadap *discretionary accrual* ditolak.

3. *Earning Bath* Terhadap *Discretionary Accrual*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien *earning bath* sebesar -0,044, nilai *t* sebesar -0,523 dengan probabilitas 0,602. Nilai probabilitas *Erant* diatas 0,10 yang berarti tingkat ROE perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Koefisien *earning bath* bernilai negatif menunjukkan bahwa *earning bath* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, namun pengaruhnya tidak signifikan. Sehingga hipotesis H3c yang menyatakan tingkat ROE (*Erant*) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* ditolak.

4. Ukuran Perusahaan Terhadap *Discretionary Accrual*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,056, nilai *t* sebesar 0,667 dengan probabilitas 0,506. Nilai probabilitas *Size* diatas 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen laba yang dilakukan perusahaan tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya perusahaan. Koefisien dan nilai *t* ukuran perusahaan positif berarti ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba namun pengaruhnya tidak signifikan. Sehingga hipotesis H3d yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *discretionary accrual* ditolak.

5. Kepemilikan Manajerial Terhadap *Discretionary Accrual*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien kepemilikan manajerial sebesar -0,006, nilai t sebesar -0,105 dengan probabilitas 0,916. Nilai probabilitas *OwnMan* diatas 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Koefisien kepemilikan manajerial bernilai negatif yang berarti bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba namun pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa berapapun saham yang dimiliki oleh manajerial tidak mempengaruhi praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Sehingga hipotesis H3e yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *discretionary accrual* ditolak.

C. Persentase Saham Yang Disetor Terhadap *Discretionary Accrual*

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai koefisien persentase saham yang diperdagangkan di BEI sebesar -0,142, nilai t sebesar -1,753 dengan probabilitas 0,082. Dari hasil regresi dapat disimpulkan bahwa persentase saham yang disetor yang diperdagangkan di BEI berpengaruh signifikan secara statistik terhadap *discretionary accrual* (signifikan pada tingkat 10%). Koefisien *Stock* bernilai negatif yang berarti persentase saham yang diperdagangkan di BEI berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Sehingga hipotesis H4 yang menyatakan bahwa persentase saham yang diperdagangkan di BEI berpengaruh terhadap *discretionary accrual* dapat diterima.

D. Uji Simultan (Uji F)

Dari hasil penelitian diketahui F_{Tabel} sebesar 1,72. Karena nilai F_{Hitung} lebih besar dari nilai F_{Tabel} dengan tingkat probabilitas 0,002 (jauh lebih kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam model penelitian ini secara bersama-sama (simultan) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

E. Koefisien Determinasi

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai adjusted R^2 adalah 0.099 hal ini berarti bahwa variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen hanya sebesar 9,9 persen. Sisanya 90,1 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

PENUTUP / SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS yaitu uji beda dan regresi berganda, dihasilkan kesimpulan dan juga jawaban atas pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. H1 yang menyatakan bahwa ada perbedaan nilai *discretionary accrual* tahun 2009 dan tahun 2010 tidak terbukti, dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai *discretionary accrual* tahun 2009 dan tahun 2010 tidak jauh berbeda. Yang berarti perubahan tarif pajak tidak direspon oleh perusahaan dengan melakukan manajemen laba.
2. H2 yang menyatakan insentif pajak (*tax plan*) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* terbukti. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa insentif pajak (TAX) berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual* (signifikan pada tingkat 10%).
3. H3a yang menyatakan *earning pressure* (variabel insentif non-pajak) berpengaruh terhadap *discretionary*

accrual terbukti. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa *earning pressure (Epres)* berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual* (signifikan pada tingkat 5%).

4. H3b yang menyatakan tingkat utang (variabel insentif non-pajak) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* tidak terbukti. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat utang (*Debt*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*.

5. H3c yang menyatakan *earning bath* (variabel insentif non-pajak) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* tidak terbukti. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa *earning bath (Erant)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*. Yang berarti perusahaan yang memiliki ROE dibawah 20% tidak menggeser laba tahun berjalan untuk meningkatkan laba periode yang memperoleh laba yang rendah.

6. H3d yang menyatakan ukuran perusahaan (variabel insentif non-pajak) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* tidak terbukti. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa ukuran perusahaan (*Size*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*.

7. H3e yang menyatakan kepemilikan manajerial (variabel insentif non-pajak) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* tidak terbukti. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa kepemilikan manajerial (*OwnMan*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*.

8. H4 yang menyatakan persentase saham yang disetor yang diperdagangkan di BEI (variabel insentif non-pajak) berpengaruh terhadap *discretionary accrual* terbukti. Dari hasil penelitian

membuktikan bahwa persentase saham (*Stock*) berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual* (signifikan pada tingkat 10%).

9. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel independen yang digunakan pada penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

10. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan 9,9 persen atas variabel dependen (*discretionary accrual*).

Saran

Keterbatasan penelitian ini adalah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mempengaruhi variabel dependen sebesar 9,9 persen sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat dicoba penambahan variabel lain sehingga dapat meningkatkan kemampuan menjelaskan variabel dependen .

Dari keterbatasan-keterbatasan diatas, maka untuk penelitian-penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel independen yang mampu menjelaskan *discretionary accrual* secara tepat, misalnya menggunakan proksi lain pada ukuran perusahaan, penelitian yang dilakukan Nuryaman (2008) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma total penjualan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Tarjo (2008) menunjukkan bahwa *leverage* yang diukur dengan total utang dibagi dengan total ekuitas juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *discretionary accrual*. Untuk peneliti

selanjutnya bisa memasukkan variabel tersebut dalam penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

Anisa Satwika dan Theresia Woro Damayanti. 2005. "Deteksi Manajemen Laba Melalui Beban Pajak Tangguhan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol XI, No. 2 : 101-118.

Ayu, Ratu dan Wulandari. 2010. "Pengaruh Sistem Hukum Terhadap Manajemen Laba Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai variabel Pemoderasi : Studi Perbandingan Inggris dan Perancis". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.

Bastian, Indra. 2006. *Akuntansi Pendidikan*. Erlangga. Jakarta

Chariri, Ghazali. 2007. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.

Chen, Linda H., Dan S. Dhaliwal, and Mark A. Trombley. 2007. *"The Impact of Earnings Management and Tax Planning on the Information Content of Earnings"*. *SSRN Working Paper Series*.

Faisal, Gatot S.M. 2009. *How To Be a Smarter Taxpayer*. Grasindo. Jakarta.

Francisca, Harjato dan Yafida. 2010. "Pengujian Peran Perlindungan Investor dan Kultur terhadap Perilaku Manajemen Laba pada Perusahaan Keluarga: Studi Internasional". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.

Fuad, Aulia dan Kartika, Ulfi. 2010. "Masalah Keagenan, Aliran Kas Bebas,

Manajemen Laba Dan Relevansi Nilai Informasi Akuntansi". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gunadi. 2009. *Akuntansi Pajak*. Grasindo. Jakarta

Gunawan Setiyaji, Hidayat Amir. 2005. "Evaluasi Kinerja Sistem Perpajakan Indonesia". *Jurnal Ekonomi Universitas Indonusa Eka Unggul*. Jakarta.

Heflin, Frank, dan William Kross. 2005. *"Book Versus Taxable Income"*. *SSRN Working Paper Series*: 1-36.

Hidayati, Siti Munfiah, and Zulaikha. 2003. "Analisis Perilaku Earnings Management: Motivasi Minimalisasi Income Tax". *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya.

Indonesian Capital Market Directory (ICMD). 2011. <http://www.icmd.co.id>

Mangoting, Yenni. "Tax Planning: Sebuah Pengantar Sebagai Alternatif Meminimalkan Pajak". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Petra Surabaya* Vol 1. 1999: 43-53.

Nuryaman. 2007. "Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Manajemen Laba". *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makasar.

Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

Subekti, Imam dan Wijayanti, Anita. 2010. *"The Real And Accruals Earning Management : Satu Perspektif dari Teori Prospek"* Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.

Sukartha, Made. 2007. "Pengaruh Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan pada Kesejahteraan Pemegang Saham Perusahaan Target Akuisisi". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* vol 10 th 2007 hal. 243-267.

Sulistiyanto, Sri. 2008. *Manajemen Laba*. Grasindo. Jakarta

Suandy, Erly. 2008. *Perencanaan Pajak*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.

Subagyo dan Oktavia. 2010. "Manajemen Laba Sebagai Respon Atas Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Badan di Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.

Utami, Wiwik. 2005. "Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Biaya Modal Ekuitas (Studi Pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur)". *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Surakarta.

Wulandari. 2004. "Indikasi Manajemen Laba Menjelang Undang-undang Perpajakan 2000 Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta". *Simposium Nasional Akuntansi VII*. Bali.

Yudo, Dhamar dan Farah, Aria. 2010. "Pengaruh Profitabilitas, Risiko Keuangan, Nilai Perusahaan, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Praktek Perataan Laba : Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.

Yuwana, Miftah Budhi. 2009. "Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keberhasilan good corporate governance". *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.

Zein, Mohamad. 2008. *Manajemen Perpajakan*. Salemba Empat. Jakarta.

The Effect of the Performance of Micro and Small Companies on the Collectability with Spirituality as Moderating Variable

Adi Kuswanto

Maulana Ali

Economics Faculty, University of Gunadarma, Jakarta, Indonesia

STIE, STMIK Musi Rawas, Palembang

kuswanto@staff.gunadarma.ac.id

maulana_57@ymail.com

Abstract

The government provides a variety of aids to micro and small companies in order to increase the competitiveness of them and their performance and in return their collectability. The objectives of the research are (a) to explore and analyze the effect of the performance of micro and small companies on the collectability?; and (b) to explore and analyze the moderation of the spirituality on the relationship between the performance of micro and small companies and their collectability. The location of the research is at southern sumatera and the number of samples are 250 micro and small companies. We use 2 independent variables (ROI and spirituality) and a dependent variable (collectability). The results show that the micro and small companies (debtors of PT Pertamina) have increased their performance measured by return on investment (ROI). Their performance do not affects on the collectability. As the owners of micro and small companies have and applicate the spirituality knowledges, the performance of micro and small companies influence on the collectability.

Keywords: Performance, spirituality, and collectability.

INTRODUCTION.

The objective of continued development in Indonesia is increase the prosperity of the society. The successful development must involve all parts of the nation including governments and societies (academic institutions and industries) with integrated and directed national planning.

Until 2005, the government had provided many facilities mostly only for large scale companies and very limited facilities for micro and small scale companies with objective that government through state

companies and large private companies had provided much more employments and to increase the economic activities.

Along with the population growth, the government (through departemental institutions and state companies) and large scale private companies had provided small number of the employment than expected and had declined their contribution to all sectors of economic activities. The government then set policies by providing financial aids, training, and promotion for the micro and small companies. All aids are provided by almost all departemental and

non departemental institutions and all state companies. They distribute them in the form of soft loans, free of charge training, and promoting of their products at national and international markets. The objective of the policy is to increase the competitiveness of micro and small scale companies, so that they can provide more employments and contribute their economic activities to national income.

Those aids are supported by government regulations in the form of Act of Republic of Indonesia number 19 of 2003 concerning the state enterprises to reserve and use the profit for assisting micro and small enterprises and credit unions and Act of Republic of Indonesia number 10 of 1998 concerning the obligation of commercial bank to facilitate and shortern the terms of credit for micro and small enterprises and credit unions; and The Ministry Decree of State Enterprises number 236/MBU/22003 and The Regulation of Ministry of State Enterprise number Per-05/MBU/2007 concerning the program of partnership of state enterprises with micro and small enterprises and credit unions and the program of developing its environment.

The role of societies in the economic development are motivated by government. The government has shorterned the time of publishing the company start up permit. Up to present, the number of the micro and small scale companies are almost 99 percent. They provide the employment almost 93 percent, and contribute to GDP almost 43 percent.

Financial aids of government are used by the micro and small scale companies to

increase their working capital, production capacities, to replace old machines/ transportation equipments, and to penetrate the markets. The objectives of raining provided by the government is to improve the financial and accounting system, product quality, and service quality. The objectives of promotion aids are to introduce and promote their products and services to new their markets both in local and international markets.

There are many state enterprises that have carried the financial aids to micro and small companies. PT Pertamina Region II is one of the state enterprises carries the program of partnership of state enterprises with micro and small enterprises at south Sumatera which consist of (a) agriculture; (b) mining; (c) trade; (d) services; and (e) manufacturing. There are some reasons why these micro and small enterprises have been developing in this region, namely: (a) the regional income have been increasing significantly recently; (b) the local government and private enterprises can only provide small number of employment compared to the labor forces. To decrease the unemployment, central government Through PT Pertamina has supported to them to start the business by providing financial aids, training, and promotion. The debtors will use the financial aids to increase their working capital or to purchase the additional fixed assets such as machines, to buy new offices for increasing the capacity.

It is expected that the variaty of aids can increase the competitiveness of micro and small companies and in turn will increase their performance in the form of increasing

return on investment (ROI). ROI measures the effectiveness of management in generating profit by employing the assets (Gitman, 2009). As increasing ROI, the companies can pay the principal and interests periodically (increasing collectability).

Based on the background, the problem of the research can be stated as is that (a) Does the performance of micro and small companies affect on the collectability?; and (b) does the spirituality moderate the relationship between the performance of micro and small companies and their collectability?.

The objectives of the research are (a) to explore and analyze the effect of the performance of micro and small companies on the collectability?; and (b) to explore and analyze the moderation of the spirituality on the relationship between the performance of micro and small companies and their collectability.

LITERATURE REVIEW.

Agency Theory.

Jensen and Meckling (1976) define an agency relationship as a contract under which one or more persons (the principal) engage another person to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent. If both parties are utility maximizers, there is a good reason to believe that the agent will not always do the best interest of the principal.

They also show that firm value increases as economic incentives between shareholders and management become

more aligned through managerial equity ownership. Similarly, the information asymmetry and applicable agency costs that exist in firms can be reduced by control measures to limit the ability of managers to follow their own agendas and negatively influence firm performance. Alignment of goals through management ownership, as explained by the “convergence-of-interest” hypothesis (Jensen and Meckling, 1976) will reduce the level of management shirking (Lewellen, 1969; Benston, 1985).

Eisenhard (1989) reviewed the agency theory and states that from its roots in information economics, agency theory has developed along two lines of theory: (a) positivist theory; and (b) principal-agent. Positivist theory focuses on identifying situations in which the principal and agent probably have conflicting interest and then describing the governance mechanism that limit the self serving behavior of the agent. The theory have focused exclusively on the special case of the principal-agent relationship between owners and managers of large and public corporations. Principal-agent theory focuses on the general theory of the principal-agent relationship. The theory can be applied to employer-employee, lawyer-client, buyer-supplier, creditor-debtor and other agency relationship. The study is classified into principal-agent theory concerning to finding the mechanism to reduce the conflict between the debtor and creditor or to increase the alignment between debtors and creditors.

The Performance and Collectability.

Small and medium enterprises (SMEs) play a major role in economic development

in every country. Studies indicate that in both advanced economies and developing countries SMEs contribute on average 60 percent of total formal employment in the manufacturing sector (Ayyagari et al, 2007). One measure of the performance of micro and small companies is return on investment (ROI). The lower ROI, the lower their collectability and it affects on the increasing of non performing loan (NPL) of the loan institution. Stephanou and Rodriguez (2008) analyze trend and structure of the SME financing market in Colombia and find that banks in the country regard the SME segment as an attractive companies opportunity. They conclude that the market is characterized by a number of institutional and policy constraints, which inhibits further growth of SME lending.

Although they have good performance and ability to make loan payment, it does not guarantee that they do, because the bank has credit risk, namely bank borrower or counterparty will fail to meet its obligations in accordance with agreed terms (Basel, 2000). Sinkey & Greenwalt (1991) argue that there are five major types of risk in banks: 1-credit risk 2- liquidity risk 3- Market risk 4- Interest rate risk 5-profitability risk. NPLs create due to weak criteria of credit assays, ineffective policies, risk acceptance without regard to limitation of bankroll and wrong functional indicators (Morton, 2003).

Spirituality

Spirituality is complicated multidimensional concepts (Cook 2004; George et al. 2000; Moberg 2002). Spirituality is defined as oneself experiences, one experiences with

respect to other people and nature and transcendent substance. Spirituality as tendency to make a meaning through the connection feeling with the dimensional over oneself. This connection maybe intrapersonal, interpersonal (with other people and nature), and transpersonally (with God).

Intrapersonal can be expressed in the form of the originality, peaceful inner feelings, consciousness, and self experiences and searching the life's meaning (Elkins et al 1988;. Young-Eisendrath and Miller 2000; Hungelmann et al 1985.; Mahoney and Graci 1999; Chiu et al 2004). Interpersonal can be expressed as love and affection, thanks to God, and surprise. Transpersonal can be connection with out of bounds such as magic power or God. Aspects with respect to transcendent substance is admire, expectation, holiness, adoration and transcendental experiences (Cook 2004).

It seems that there are large contributions about the importance of one spirituality that influences on one's working mental and significantly influences on one's (McCormick and Donald W, 1994; Strawbridge et al, 1997; Mitroff, Ian I., Elizabeth A Denton, 1999; Lewis and Gary, 2000).

The most of the owners of micro and small companies follow and embrace their own religion that teach them to behave correctly such as prohibit deception, prohibit lying, keep promise, and other good behaviors. The behaviors represent the regulation of a religion and the output of application of devotion to God. Mastering and applying

the religious knowledges by owners of micro and small companies, then it is expected that as increasing the performance of the companies, therefore increasing the collectability.

Based on the theoretical review, we can develop hypothesis as follows:

H1: Higher the performance of micro and small companies, higher spirituality, higher collectability.

RESEARCH METHOD.

The location of the research is at southern sumatera and the number of samples are 250 micro and small companies. According to Roscoe 1975 (Sekaran, 2003) that study that uses multivariat analysis, then the number of samples must be more than 10 times as analyzed variables and the number of samples for the research is more than 30 and less than 500 units.

Operational variable definitions.

The performance of micro and small companies represented by return on investment (ROI). Return on investment is net profit divided by total assets (investment). Spirituality variable applied in this study includes searching meaning in life, self-actualisation and connection with inner self and the universal whole (Parsian and Trisha, 2009) and religion aspects (2 indicators), namely (a) the mastering the religious knowledges and (b) the application of the religious knowledges. This variable is measured by likert scale. Collectability is measured by classifying into 4 catagories, namely 1 is good, 2 is fairly, 3 is bad, and 4 is very bad.

The research model in the study can be presented as follows.

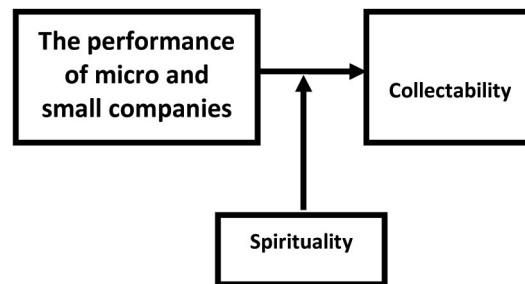


Figure 1. Research Model

RESULTS AND DISCUSSION.

We present the results with the beginning of descriptive statistics for variables of return on investment, spirituality, collectability as follows.

Table 1. Descriptive Statistics

Variables	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROI	250	.72	.73	1.5	1.2
SPIRITUALITY	250	2.00	3.00	5.0	4.3
COLLECTABILITY	250	3.00	1.00	4.0	2.4
Valid N (listwise)	250				

Since the sipirituality variable is latent variable, so we need to test of validity and reliability to the spirituality variable. Based on Pearson Correlation to test the validity of the spirituality variabel, at the level of significant of 5% it shows that p value of all items are less than 0.05. It means that the sipirtual variable is valid and based on Cronbach Alpha to test the reliability of the spirituality variable, it shows that cronbach alpha has value more than 0.6. It means that the variable is reliable.

The results of simple regression to find out whether the performance of micro and

small companies affect on the collectability as follows.

Table 2. Simple regression.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.837	.519		3.538	.000
ROI	.505	.434	.074	1.165	.245

a. Dependent Variable: COLLECT

The table shows that the performance of micro and small companies (ROI) affect on the collectability. It indicates that there are micro and small companies that have low ROI do not pay loan payment, but some do. There are also some have high ROI do not pay loan payment, but some do.

By using spirituality variable as moderating variable, the results of multiple regression as follows.

Table 3. Multiple regression

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.507	.501	.82235

a. Predictors: (Constant), SPIROI, SPIRITUALITY, ROI

SPIROI is the interaction between ROI variable and Spirituality variable. The table 3 shows that at level of significant 5%, the p value is less than 0.05. It means that the interaction ROI variable and Spirituality variable affects on the collectability. It indicates that as ROI and spirituality increase, the collectability increases. As the owners of micro and small companies have a deep religion knowledges and applicate it and as they have positive ROI, so they will pay loan payment.

CONCLUSION

The objective of the research is that whether the micro and small companies the performance of micro and small companies affect on the collectability and their relationship will be moderated by spirituality variable.

Based on the results and discussion, it can be concluded that the micro and small companies that accept the loan from PT Pertamina have increased their performance measured by return on investment (ROI). Their performance do not affects on the collectability. Still, as the owners of micro and small companies have and applicate the religion knowledges, the performance of micro and small companies influence on the collectability.

The research has limitation, namely it does not analyze the factors that affect on the performance of micro and small companies. For future research, it suggests to add those variables.

REFERENCES

- Ayyagari, M., T. Beck, and A. Demirgüç-Kunt, 2007. "Small and Medium enterprises across the Globe", *Small Business Economics* 29, 415–434
- Benston G, (1985). The Self-Serving Management Hypothesis: Some Evidence, *Journal of Accounting and Economics*, 7, 67-84.
- Cook C. C H. (2004). Addiction and spirituality, *Addiction*, 99, 539-551.
- Chiu L. Emblen J. D, Van Hofwegen L, Sawatzky R, and Meyerhoff H. (2004).

- An integrative review of the concept of spirituality in the health sciences, *Western Journal of Nursing Research*, 26, 405-428.
- Eisenhard M. Kathleen, (1989). Agency Theory: An Assesment and Review, *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 1.
- Elkins D. N, Hedstrom L. J, Hughes L. L, Leaf J. A, and Saunders C (1988). Toward a humanistic phenomenological spirituality, definition, description and measurement, *Journal of Humanistic Psychology*, 28, 5-18.
- Eltica de Jager Meezenbroek, Machteld van den Berg, Adriaan Visser, Bert Garssen, Dirk van Dierendonck, and Wilmar B. Schaufeli. 2010. Measuring Spirituality as a Universal Human Experience: A Review of Spirituality Questionnaires, *J Relig Health*, DOI 10.1007/s10943-010-9376-1
- George L. K, Larson D. , Koenig H. G, and McCullough M. E (2000). Spirituality and health: what we know, what we need to know, *Journal of Social and Clinic Psycholog*, 19, 102-116
- Gitman J. Lawrence (2009). *Principles of Managerial Finance*, Boston, Prentice Hall.
- Heelas, P. (2005). *The spiritual revolution: Why religion is giving way to spirituality*. Malden: Blackwell.
- Hungelmann J. A, Kenkel-Rossi E, Klassen L, and Stollenwerk R. M (1985). *Spiritual well being in order adults: Harmonious interconnectedness*, *Journal of Religion and Health*, 24, 147-153.
- Jensen C. Michael dan William H. Mackling (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*, *Journal of Financial Economics*, October, Vol. 3, No. 4.
- Moberg D. O. (2002). Assessing and measuring spirituality: confronting dilemmas of universal and particular evaluative criteria. *Journal of Adult Development*, 9, 329-349.
- Lewellen, W.G (1969), *Management and Ownership in the Large Firm*, *Journal of Finance*, May, 299-322. McCormic and Donald W (1994). *Spirituality and Management*, *Journal of Managerial Psychology*, Bradford, 9, 5- 11.
- Lewis Jeffrey S, and Gary D. Geroy (2000). *Employee Spirituality in the Workplace: Across-cultural View for the Management of Spiritual Employees*. *Journal of Management Education*, Thousand Oaks, Oct, 24, 682-694.
- Mahoney M., and Graci G. M. (1999), *The meanings and correlates of spirituality: suggestion from an exploratory survey and experts*, *Death Studies*, 23, 521-528.
- Mitroff Ian L and Elizabeth A. Denton (1999), *A study of Spirituality in the Workplace*, *Sloan Management Review*, Summer, 40, 83-92.
- Morton, Glantz, 2003, "Managing Bank Risk", Academic Press.

- Nasrin Parsian and Trisha Dunning AM. 2009. Developing and Validating a Questionnaire to Measure Spirituality: A Psychometric Process, *Global Journal of Health Science*, Vol. 1, No. 1.
- National Interfaith Coalition on Aging. (1975). *Spiritual well-being: a definition*. Athens, GA: National Interfaith Coalition on Aging.
- Sekaran, Uma. (2000). *Research, Methods for Business, A Skill – Building Approach*, (Third Edition). Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Stephanou, C. and Rodriguez, C., 2008. "Bank Financing to Small- and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Colombia", *World Bank Policy Research Working Paper* 4481. The World Bank, Washington DC
- Strawbridge William J, Richard D Cohen, Sarah J, Shema, George A, Kaplan (1997). Frequent attendance at Religious Service and Mortality over 28 years, *American Journal of Public Health*.
- Sinkey, Joseph. F. & M.B. Greenwalt, 1991, "Loan-Loss Experience and Risk- Taking Behavior at Large Commercial Banks." *Journal of Financial Services Research*, 5:43-59.
- Young-Eisendrath P, and Miller M. E (2000). *Beyond enlightened self-interest: The psychology of mature spirituality, integrity, wisdom, transcendence*, London: Routledge, 1-7.

Factors that influence on dividend policy

Adi Kuswanto

Ari Kharisma

Sardiyo

Economics Faculty, University of Gunadarma, Jakarta

STIE, STMIK Musi Rawas, Palembang

kuswanto@staff.gunadarma.ac.id

arikharisma91@yahoo.co.id

sardiyo.adams@yahoo.co.id

Abstract

Dividend is an interesting topic to discuss, since dividend is considered as expenses by a company, but it is an income for shareholders. Some companies regularly pay dividend, but some does not. This research aimed to investigate the factors that influence on dividend policy. Samples in this research are banking and manufacturing companies listed on the IDX (Indonesia Stock Exchange) from the years 2008-2010. The dependent variables of the study is dividend payout ratio (DPR) and the independent variables consist of insider ownership; other firm ownership; shareholder dispersion, company growth; profit margin; return on assets; return on equity; and free cash flow. We use multiple regressions to analyze the data. For sample banking companies, the results shows that factor that influence on dividend policy is ROE, but the others do not have. For sample manufacturing companies the results shows that factor that there are no factors that has influence on dividend policy

Keyword: Agency Theory, Growth, Net Profit Margin, Return on Asset, Return on Equity, Dividend.

INTRODUCTION.

A company has several stakeholders. One of them is stockholders that earn two kind of income, namely capital gain (loss) and dividend. They can earn capital gain (loss) anytime, but only yearly earn dividend as regular income. Investors have many alternative investments in which one of them is investment in stock especially for public companies are one of investments. Public companies have to earn profits for the last of three years in order to be able to register at stock exchange. They sell stocks to public to get the funds and invest in to increase the capacities or to open new

branch or to increase their working capital. The purpose is to increase their profit and finally to increase their dividends.

Public companies do not pay dividend regularly including companies listed at the Indonesian Stock Exchange (IDX). IDX classifies listed companies into manufacturing industry, banking industry, insurance industry, wholesale and retail trade industry, real estate and property industry, and other industries. Some companies in certain year did pay dividends, but other years did not pay. Most of them does not pay dividend. There are many factors that

affect on it. Indeed, most stockholders and potential investors expect to earn dividend every year.

Based on agency theory, managers have to pay dividends to minimize the conflict between principal and agent. The greater dividends, the lower conflict. It means that managers have to work in the behalf of shareholders by paying dividends to maximize shareholder wealth.

Demsey and Laber (1992) argue that conflicts of interest between shareholders and agents are influenced by insider ownership (ownership of the company). The greater insider ownership, the lower conflict of interest. Insider ownership is also known as managerial ownership (Managerial Ownership). Remuneration of managerial ownership is a program that is used to reduce the agency conflict between shareholders and managers.

Monitoring mechanism by institutional owners have an important role in controlling their investments in the company in order managers still stay in tune with what shareholders really want.

Institutional ownership is the percentage of ownership held a number of institutional investors such as investment companies, banks, insurance companies, and college grants (Bathala et al., 1994). This study not only the use of institutional investors, but also use the percentage of shares owned by other companies, such as social institutions, state enterprises or private firms, known as the ownership of other companies.

Transaction costs are influenced by the

growth of the company (Perry & Rimbey, 1995, and Demsey & Laber, 1992). The company has many opportunities to invest when they arrive at the high growth point. Many investment opportunities that require a large amount of funds and companies must seek external funding sources. By obtaining external funding sources are causing transaction costs. High transaction costs cause companies to reconsider the existing investment opportunities that may be better used for funding from internal cash flow for investment (Holder, Langlehr & Hexter, 1998). High transaction costs are also influenced by business risk faced by the company (Demsey & Laber, 1992). Investors tend to expect high profits from their investments invested in high-risk firms, which consequently creates high transaction costs. If the company bears the high transaction costs as a result of the high level of risk faced, companies do not pay large dividends to cover the required investment funds, so that they can use internal resources for investment rather than bear the large amount of transaction costs.

The cash dividend payment to shareholders depends on available cash position. Sutrisno (2001) argues that there are several factors that affect dividend policy, but only cash position (cash position) which influences significantly. Position of really cash available for shareholders will be reflected in free cash flow which is owned by the company. Free cash flow (free cash flow) describes the level of the company's financial flexibility.

Based on the above explanations, it is important to analyze which factors would affect on dividend policy. The objective of

the study is to analyze the effect of free cash flow, profitability, agency factors, and transaction cost factors on dividend policy.

LITERATURE REVIEW.

Dividend Policy

Dividend policy is a decision whether the company's profits earned will be distributed to shareholders as a dividend or be retained in the form of retained earnings to finance investment in the future. If the company chooses to distribute profits as dividends, it will reduce retained earnings and further reduce the total sources of internal funding or internal financing. Conversely, if a company has to withhold profits, then the ability of the formation of an internal fund will be even greater (Sartono, 2008).

The Company has two alternative treatments to profits. Profit in this case is the profit after tax (after-tax earnings / EAT) can be distributed to shareholders in dividends or it could be reinvested in the form of retained earnings. There is dividend payout ratio to measure the size distribution of dividends. Keown (2005) states that dividend payout ratio is the amount of dividends paid relative to net income or earnings per share.

Some important factors that affect dividend policy including the availability of funds, the investment opportunities that are owned by the company, and the preference of investors to dividends or capital gains, ie whether investors prefer income as dividends or capital gains. Revenue to be gained from investment stock investors on the stock exchange is in the form of dividends or capital gains. Dividend is the income received by investors for shares

they owned when the company set aside part of its net income. Moderate capital gain is income received by investors if there is excess sales price over the purchase price when they sell these shares.

Factors Affect on Dividend Policy

Some companies keep paying dividend regularly. Some did pay in certain year, but did not pay. There several factors that influence on dividend policy.

Agency Factor

Agency relationship is defined as a contract, namely one or several person (principal) employs another person (agent) to carry out a number of services and delegate authority to take decisions to the agent. Within the framework of financial management, agency relationship exists between shareholders by managers, shareholders with a creditor (lender) or all three relationships (Suhartono 2004).

Agency problems can arise if the manager of a company has less than 100 percent of the company's common stock. If a form of private enterprise and managed by the owner, then it can be assumed that the owner-manager will take every action possible to improve welfare, especially measured in terms of increased wealth of individuals and facilities such executive perks, lavish office transport facilities and so on. However, if the owner-manager is reducing its ownership rights by forming a company and sell some shares to other parties (outsiders), then the conflict of interest could soon appear.

As an example is the owner-manager may

not be more persistent in maximizing shareholder value as its share of the wealth has been diminished, or perhaps he set for himself a large salary, or increase the facility executive. Possibility of a dispute between the two groups (managers as agents and principals as shareholders from the outside) is one form of agency problems and finally affects on the dividend. Greater insider ownership, lower conflict of interest, greater dividend paid and vice versa. There are 3 factors included in agency factors.

a) Insider Ownership, or managerial ownership is the magnitude of ownership shares held by the parties within the company. Increased level of ownership may reduce the external financing and make corporate managers more accountable for costs incurred due to the behavior enrich themselves (Ghosh and Ariff, 2004). According to Downes and Goodman (1999) notion of insider ownership is the shareholders who are also meaningful in this case as the owner of the company from management that actively participate in decision making at a company. Domash (2009) say that insider ownership is the number of shares owned or controlled by the managerial enterprise. Further Domash (2009) say that insider ownership is usually expressed as a percentage of outstanding shares owned by company insiders (managers, commissioners and directors).

Hirschey (2009) uses inside equity as a term for insider ownership and defined as shares held by management and employees. When the shares owned by the major insider, sustainability means operating company continuously can be more predictable. This is because if the managers and employees

have significant ownership in the company's drive to run the company more real in terms of maximizing firm value. The greater the greater insider ownership information held by management as well as owners, so that this results in the smaller agency costs, because the owner and serves as the management so that the cost of supervision is reduced. (Suwaldiman and Azis, 2006). The cost of the agency itself is a cost associated with management oversight to ensure that management behaves in a manner consistent with the company's contractual agreement with its creditors and shareholders (Horne, 2007).

Ownership structures affect dividend policy. The more diversified ownership structure the higher the dividend payout. State-owned and private companies have the tendency not to distribute dividends. While public companies typically distribute dividends (Megginson, 1997).

b) Other Firm Ownership, of a company is outside companies, such as social institutions of government (state) companies, or private companies. Most of the holdings of other companies may result in relatively large changes in stock prices, because companies tend to do buying and selling the same stock at the same time. Monitoring mechanisms have important roles in controlling the ownership of a company.

This is related to other investors the company's decision to protect the value of their investment that has been spent in the company, because outside shareholders to monitor managers are always in line with shareholders really want. That's why

a higher percentage of ownership of other companies within the company will result in companies paying higher dividend payout ratio to shareholders outside. Outside shareholders expect a higher dividend payout ratio as income. Gursoy and Erdogan (2002) concluded that greater concentrated ownership, better the performance of companies (measured by price earning ratio). Shleifer and Vishny (1986) argue that dividend payment is one way to compensate blockholder (institutional ownership) that has monitored the performance of the company.

c) Shareholder Dispersion, is the spread of ownership of common stock. Dispersion of ownership is calculated by the formula variance to show the spread of share ownership. The greater the dispersion of stock ownership was increasingly unconcentrated in certain groups. In accordance with agency theory, shareholders are increasingly spread will lead to difficulties in the monitoring process so that companies will create a settlement of agency problems through dividend payments and will reduce the amount of retained earnings (Taswan, 2003). Laber, (1992) in Fauzan, (2002) examined the influence of agency costs on dividend payout ratio. He concluded that shareholders dispersion is positively related to dividend payout ratio.

Transaction Cost Factor

Dividends are considered as income by stockholders and by paying dividend, they assumed that management has done an appropriate action in line with interest of stockholders and this can minimize

the conflict between them. Along with an increased dividend payout ratio, this affects the availability of the company's cash flow, so that management was forced to seek external funding sources to finance their investments. These external costs will cause the cost of the so-called transaction costs. There is a single factor in transaction cost factor, namely, Firm Growth.

Growth of a firm is the growth of assets that are used for operational activities. The theory of free cash flow hypothesis presented by Jensen (1976) in Nugraheni (2008) states that companies with higher growth opportunities have a free cash flow is low because most of the funds are used to invest in projects that have positive NPV. Managers in business enterprises with respect to growth prefers to invest after-tax income and expects better performance in the company's overall growth.

According to the residual theory of dividends, the company will pay a dividend, if it just does not choose profitable investment opportunities, so that it can be concluded that there is a negative relationship between growth and dividend payments.

Profitability Factor

Hanafi (2004) suggests that the profitability ratio is the ratio to measure the ability of companies to make profits at the level of sales, assets, and certain stock of capital. There are three ratios that are often used, namely Profit Margin (PM), Return on Equity (ROE) and Return on Investment (ROI).

Net Profit Margin (NPM)

Net profit margin is the company's ability to generate net income of certain sales levels. Net profit margin is high indicates the ability of companies to make high profits on certain sales levels, whereas a low net profit margin shows the inefficiency of management.

Return on Assets (ROA)

Return on asset shows the rate of return of the entire business or investment that has been done. This ratio measures the ability of companies throughout the entire funds invested in assets which are used for the operation of the company to generate profits.

Return on Equity (ROE)

Return on Equity measures the company's ability to generate net income based on a certain capital. High figures for return on equity showed a high level of profitability. According to Hanafi (2004) return on equity ratio does not account for dividends and capital gains to shareholders.

Free Cash Flow

According to Brigham and Houston (2001) free cash flow is operating cash flow minus equity investment company required. Free cash flow includes all cash flows into and out of the company, and do not change with accrual items, there in including changes in working capital and capital investment (Christy, 2006). Basically free cash flow is a shareholder rights are distributed in the form of dividends (Sartono, 2001), so it can be said that free cash flow is net cash flow (net) that are not reinvested because no profitable investment opportunities available.

According to Brigham and Earhart (2008) Free cash flow is cash available for distribution to investors after the company made all investments in fixed assets and working capital are supposed to maintain continuous operations. Free cash flow is cash flow to fund all projects that have positive net present value when discounted at the relevant cost of capital (Jensen, 1986).

Jensen (1986) states that the agency problems caused by free cash flows between managers and owners can be reduced by the presence of debt. This happens because the company will owe more priority to make interest and principal payments, which means that the manager is bound by a promise to pay cash flows in the future to creditors.

RESEARCH METHOD.

The population in this study is the banking and manufacturing companies have been listed at the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period of 2008 through 2010. There are 31 banking companies and 133 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX).

Sampling method used was purposive sampling method with criteria: (a) the Companies publish its financial data; and (b) the companies have insider ownership data, other firm ownership, ownership dispersion, the company's growth, profitability ratios, and free cash flow.

In this study, we used dependent variable (the dividend policy) measured by dividend

payout ratio (DPR). DPR can be calculated by the formula:

$$\text{DPR} = \frac{\text{Dividen per Share}}{\text{Net Income per Share}}$$

Independent variables used in the study as follows.

a) Insider Ownership

Insider Ownership is the owner and manager of the company which consists of directors and commissioners which can be calculated by the formula:

$$\text{Insider} = \frac{\text{The Number of Share owned by the commissioners and directors}}{\text{Total Stock}}$$

b) Other Firm Ownership

Ownership of other companies can be measured on the percentage of shares owned by outside companies, such as social institutions, state enterprises or private companies.

c) Shareholder Dispersion

Shareholder Dispersion variance is calculated with the *formula*, due to the large value of *variance* indicates that data is increasingly concentrated ownership of shares in one or several shareholders. *Variance* is a measure of spread around the arithmetic mean. *Shareholder Dispersion* is calculated as follows:

$$\text{Variance} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

Description:

X1: the percentage shareholding of the group.

X : average stock ownership

n : number of data

d) Company Growth

The growth rate a firm can be seen from

the increased profitability of the company each year. The company's growth rate is calculated by the formula:

$$g = r \times \text{ROE}$$

Description:

G : growth rate

R : ratio of profit detention (profit retention rate)

ROE : return on equity

e) Net Profit Margin

Net Profit Margin to calculate the extent of the company's ability to generate net income of certain sales levels.

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Net Sales}}$$

f) Return on Assets

Return on asset shows the rate of return of the entire business or investment that has been done.

Return on Asset (ROA) =

$$\frac{\text{Earning before interest and tax}}{\text{total assets}}$$

g) Return on Equity

Return on Equity measures how much net income resulting from investment in the company's shareholders.

Return on Equity (ROE)=

$$\frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{equity}}$$

h) Free Cash Flow

Free cash flow (FCF) is represented by the ratio of free cash flow divided by total assets.

$$\text{Free Cash Flow (FCF)} = \frac{\text{Operating cash flow} - \text{dividends}}{\text{Total Asset}}$$

We used multiple regressions as analysis method with formula as follows.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + e$$

Description:

Y = Dividend Payout Ratio

A = Constanta

$\beta_1 \dots \beta_8$ = Regression Coefficient

X1 = Insider Ownership

X2 = Other Firms Ownership

X3 = Shareholder Dispersion

X4 = Growth

X5 = Net Profit Margin

X6 = Return on Assets

X7 = Return on Equity

X8 = Free Cash Flow

e = Error item

RESULTS AND DISCUSSION.

In this section, we present the results with the beginning of descriptive statistics, the results of multiple regression and the discussion for (a) banking industry; and (b) manufacturing industry.

Banking Industry

Description statistics on dividend policy, insider ownership, other firms ownership, shareholder dispersion, growth, net profit margin, return on asset, return on equity, free cash flow for banking industry can be seen in the following table.

Table 1. Descriptive Statistics

Variables	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INSIDER	26	.00	67.42	12.96	22.9
OTHER	26	.00	98.67	45.84	35.1
DISPERSION	26	.00	49.91	19.02	16.1
GROWTH	26	-27.7	161.9	35.78	45.7
NPM	26	.27	41.04	16.95	9.4
ROA	26	.16	6.33	2.54	1.22
ROE	26	1.16	40.65	22.37	10.4
FCF	26	-.26	8.02	.317	1.57
DPR	26	5.65	90.32	40.00	20.0

We used multiple regressions to analyze the effect of all independent variables on dependent variable for banking industry and the results as follows.

Table 2. The Results of Multiple Regression for Banking Industry

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.397	.768 ^a

a. Predictors: (Constant), FCF, INSIDER, DISPERSION, GROWTH, OTHER, NPM, ROE, ROA
b. Dependent Variable: DPR

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5947.32	8	743.42	3.1	.03 ^a
Residual	4134.9	17	243.23		
Total	10082.2	25			

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	46.9	11.56	4.058	.001
INSIDER	.155	.187	.826	.420
OTHER	.084	.114	.736	.472
DISPERSION	.333	.232	1.434	.170
GROWTH	-.01	.088	-.159	.876
NPM	.968	.699	1.385	.184
ROA	4.77	3.309	1.440	.168
ROE	-2.1	.586	-3.51	.003
FCF	-3.5	2.786	-1.23	.230

Based on the table 2, we find out that the only variable that affects on dividend policy is return on equity. Greater return on equity, lower dividend paid. The other independent variables do not affect on it.

Manufacturing Industry

Descriptive statistics on dividend policy, insider ownership, other firms ownership, shareholder dispersion, growth, net profit margin, return on asset, return on equity, free cash flow for manufacturing industry can be seen in the following table.

Table 3. Descriptive Statistics

Variables	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
INSIDER	64	.00	25.5	3.19	7.79
OTHER	64	.00	98.2	58.18	31.61
DISPERSION	64	.00	66.9	21.58	18.36
GROWTH	64	-74.0	657.4	77.94	143.27
NPM	64	1.45	29.2	8.98	5.79
ROA	64	2.54	56.9	16.27	11.08
ROE	64	2.79	83.8	29.78	18.03
FCF	64	-4.98	.53	-.15	.94
DPR	64	4.81	66.9	30.9	16.51

We used multiple regressions to analyze the effect of all independent variables on dependent variable for manufacturing industry and the results as follows.

Table 4. The Results of Multiple Regression for Baking Industry

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.417 ^a	.174	.054	16.05985
a. Predictors: (Constant), FCF, INSIDER, DISPERSION, GROWTH, OTHER, NPM, ROE, ROA				
b. Dependent Variable: DPR				

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2988.48	8	373.56	1.45	.198 ^a
Residual	14185.53	55	257.92		
Total	17174.01	63			

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	37.9	6.42	5.91	.00
INSIDER	.29	.28	1.06	.3
OTHER	.02	.07	.27	.79
DISPERSION	-.17	.12	-1.45	.15
GROWTH	-.008	.02	-.50	.62
NPM	-.103	.58	-.18	.86
ROA	.339	.50	.67	.50
ROE	-.327	.25	-1.31	.2
FCF	-2.83	2.24	-1.26	.21

Based on the table 4, we find out that none variable that affects on dividend.

For banking industry, only return on equity influences on dividend policy. It means that in banking industry, greater return on equity, manager pays lower dividend, because manager choose to use internal source of fund (retained earnings) to finance long term investments than use external sources. For manufacturing industry, return on equity does not influence on dividend policy. It means that the whole companies and stockholders in manufacturing industry do not care about dividend payment to stockholders. Stockholders are better to have capital gain than dividend received. Potential investors who purchase the stocks of manufacturing industry prefer to pursue capital gain than dividend payments.

Other variables, namely, insider ownership, other firms ownership, shareholder dispersion, growth, net profit margin, return on assets, and free cash flow do not influence on dividend policy for both banking industry and manufacturing industry. It means that the whole companies in banking industry and manufacturing industry do not account those variables to pay dividends to the stockholders.

CONCLUSION

Based on results and discussion, it can be concluded as follows:

a) For banking industry, the only variable that affects on dividend policy is return on equity, while other variables, namely insider ownership, other firms ownership, shareholder dispersion, growth, net profit

margin, return on assets, and free cash flow do not influence on dividend policy.

b) For manufacturing industry, there are no variables that affect on dividend policy.

In this study, some limitations which might affect the results of this study as follows:

a) We use small number of companies as samples in the study, because we analyze only in the year 2008 to 2010 and most of them did not pay dividend. This might not represent the real condition.

b) Indonesian stock exchange (IDX) is weak form of capital market which represented by small transaction and the price of stocks do not represent the whole information.

By considering the limitations, some recommendation as follows:

a) Add the samples by using longer period (for example ten years) in order to represent the real condition of companies in both banking industry and manufacturing industry that pay dividends.

b) Add the independent variable, namely, business risk theoretically which also affects on dividend policy.

REFERENCES

Bathala, C. T., K. P Moon, and R. P. Rao (1994), "Managerial Ownership, Debt Policy, and the Impact of Institutional Holding: an Agency Perspective". *Financial Management*, 23, 38-50.

Brigham, E. F. and Houston, J. F. (1998). *Manajemen Keuangan*. Edisi kedelapan. Buku II. Jakarta. Erlangga.

Christie, W.G., (1994), *Are Dividend*

Omissions Truly The Cruellest Cut of All?, *Journal of Financial and Qualitative Analysis* 29, 459-480.

Demsey, S and Laber, Gene (1992). "The Effect of Agency and Transaction Cost on Dividend Payout Ratio". *The Journal of Finance Research*, vol XV, no. 4. Winter

Gursoy G. and K. Aydoğan. (2002). Equity ownership structure, risk taking and performance. *Emerging Markets Finance and Trade* 38. . 6. 6-25.

Hanafi M. Mamduh (2003). "kepemilikan manajerial, kepemilikan institutional, risiko, kebijakan hutang dan kebijakan dividen: analisis persamaan simultan", *Symposium Nasional Akuntansi VI*.

Holder, M. E., Langlehr F. W and Hexter, J. L. (1998), "Dividend Policy Determinant: An Investigation of Influence of Stockholder Theory". *Financial Management*. Autumn.

Indonesia Stock Exchange. *Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Perbankan Go Publik Tahun 2008, dan 2009*. Available: <http://www.idx.co.id>.

Jensen M. (1986). "Agency cost of free cash flow, corporate finance and takeovers." *American Economic Review*. 76. 323-329.

Jensen, M.C., dan Meckling, W.H. (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics*: 305-360.

Megginson, William L., (1997), *Corporate Finance Theory*, Addison-Wesley, Inc.

- Moh'd, M. A., Perry, L. G and Rimbey, J. N. (1995), "An Investigation of Dynamic Relationship between Agency Theory and Dividend". The Journal Review, vol. 30. No 2.
- Sartono, A. (2001). "Kepemilikan Orang Dalam (insider ownership), utang dan kebijakan deviden: pengujian empiric teori keagenan (agency Theory). Jurnal siasat bisnis, No. 6, Vol. 2,107-119.
- Shleifer A. dan R. W. Vishny. (1986). Large Shareholder and Corporate Control. Journal of Political Economy. Vol. 94. 461 – 488

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pentingnya Audit Sistem Informasi

Studi Kasus pada Sub Direktorat Teknologi Kantor Pusat
PT POS INDONESIA (PERSERO)

Agung Adiono

Anggitya Hana Pratiwi

Politeknik Pos Indonesia

Abstrak

Auditor internal organisasi memegang peran penting dalam mengevaluasi dan mengendalikan perencanaan maupun pelaksanaan penerapan teknologi informasi. Dengan adanya audit sistem informasi maka dapat diperoleh gambaran apakah penerapannya sudah mencapai tujuan dan mencapai efektifitasnya. Audit sistem informasi tidak hanya menguji dari sisi biaya atas investasi di bidang tersebut tapi juga menguji apakah pemanfaatannya sudah memenuhi standar-standar yang memadai. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada Sub Direktorat Teknologi PT Pos Indonesia (Persero). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi PT Pos Indonesia (Persero). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif deskriptif, dengan pendekatan metode studi kasus. Data primer diperoleh dari kuesioner dengan sampel sebanyak 25 responden. Metode analisis data menggunakan perhitungan Korelasi Berganda, Regresi Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F untuk melakukan pengujian dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 16.00. Hasil penelitian menunjukkan korelasi berganda (R) sebesar 0,647 yang menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kerugian akibat kesalahan proses perhitungan (X_1), penyalahgunaan komputer (X_2), tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer (X_3) terhadap audit sistem informasi (Y). Adapun koefisien regresi variabel (X_1) sebesar 0,492; koefisien regresi untuk variabel (X_2) sebesar 0,488; dan koefisien regresi variabel (X_3) sebesar -0,189. Sedangkan koefisien determinasinya sebesar 41,9% terhadap audit sistem informasi. Adapun uji t dan uji F dengan taraf kesalahan 5%, diperoleh hasil pengujian nilai F_h lebih besar daripada F_{tabel} ($5,048 > 3,467$). Dapat disimpulkan bahwa faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan dan faktor penyalahgunaan komputer secara parsial berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi PT Pos Indonesia (Persero), tetapi untuk faktor tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer secara parsial tidak menjadi pengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi PT Pos Indonesia (Persero). Sedangkan secara simultan/bersama-sama ketiga faktor tersebut, yaitu: kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer menjadi pengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi PT Pos Indonesia (Persero).

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan peradaban manusia dewasa ini, seiring dengan penemuan dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang informasi dan komunikasi yang mampu menciptakan alat-alat yang mendukung perkembangan teknologi informasi, mulai dari sistem komunikasi sampai dengan alat komunikasi yang searah maupun dua arah (interaktif). Perkembangan cara penyampaian informasi yang dikenal dengan istilah teknologi informasi atau sistem informasi dapat dikatakan telah merasuki ke segala bidang dan ke berbagai lapisan masyarakat dalam kehidupan, karena dengan dukungannya membuat instansi dan individu dalam dunia bisnis merasa memiliki keunggulan daya saing luar biasa khususnya dalam mengaudit sistem informasi akuntansi yang berbasis pada komputerisasi guna membantu meningkatkan penyediaan informasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi maka berkembang pulalah suatu keahlian dalam profesi auditor, yaitu auditor sistem informasi. Hal ini didasari bahwa semakin banyak transaksi keuangan yang berjalan dalam sebuah sistem komputer. Maka dari itu perlu dibangun sebuah kontrol yang mengatur agar proses komputasi berjalan menjadi baik. Namun ironisnya, pada kondisi di lapangan tidak banyak para auditor yang bisa memanfaatkan akses dari peranan teknologi informasi dalam mengaudit sistem informasi yang berbasis pada komputerisasi akuntansi baik pada saat *input*, proses sampai dengan *output* mengingat *brainware* di bidang auditor yang mengenal teknologi informasi masih relatif sedikit karena walaupun teknologi

informasi sudah umum dalam dunia bisnis, tetapi tidaklah banyak yang sesuai dapat menjawab standar keilmuan, misalnya dalam memenuhi kebutuhan audit sistem informasi komputerisasi akuntansi dimana peluang ini masih jarang dilirik oleh para *brainware* dalam mengaplikasikan kemampuannya yang benar-benar memahami ilmu ekonomi dan akuntansi yang juga diberikan keahlian dalam bidang pemrograman komputer sehingga walaupun ada, harga *software* aplikasi yang digunakan untuk mengaudit tersebut masih relatif tinggi.

Audit pada dasarnya adalah proses sistematis dan objektif dalam memperoleh dan mengevaluasi bukti-bukti tindakan ekonomi guna memberikan asersi dan menilai seberapa jauh tindakan ekonomi sudah sesuai dengan kriteria berlaku dan mengkomunikasikan hasilnya kepada pihak terkait. Secara umum dikenal tiga jenis audit, yaitu : audit keuangan, audit operasional dan audit sistem informasi (teknologi informasi). Audit sistem informasi dapat diartikan sebagai penilaian atau pengujian kontrol dalam sistem informasi atau infrastruktur teknologi informasi (Kanto Santoso Setiawan dan Tumbur Pasaribu, 2003). Audit sistem informasi relatif baru ditemukan dibanding audit keuangan seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi untuk mendukung aktifitas bisnis. Saat ini auditor sistem informasi umumnya digunakan pada perusahaan-perusahaan besar yang sebagian besar transaksinya berjalan secara otomatis, seperti yang dilakukan oleh Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero). Berdasarkan latar belakang di atas terlihat bahwa auditor internal organisasi memegang

peran penting dalam mengevaluasi dan mengendalikan perencanaan maupun pelaksanaan penerapan teknologi informasi. Dengan adanya audit sistem informasi maka dapat diperoleh gambaran apakah penerapannya sudah mencapai tujuan dan mencapai efektifitasnya. Audit sistem informasi tidak hanya menguji dari sisi biaya atas investasi di bidang tersebut tapi juga menguji apakah pemanfaatannya sudah memenuhi standar-standar yang memadai. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : ***“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pentingnya Audit Sistem Informasi Pada Sub Direktorat Teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero)”***.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero)?
2. Bagaimana faktor penyalahgunaan komputer berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero)?
3. Bagaimana faktor tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos

Indonesia (Persero)?

4. Bagaimana ketiga faktor yaitu: kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer berpengaruh secara simultan/secara bersama-sama terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi PT Pos Indonesia (Persero)?

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara dari suatu permasalahan yang harus dibuktikan kebenarannya. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- 1) Diduga kerugian akibat kesalahan proses perhitungan menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero).
- 2) Diduga penyalahgunaan komputer menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero).
- 3) Diduga tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero).
- 4) Diduga ketiga faktor yaitu: kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer berpengaruh secara bersama-sama terhadap pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat

teknologi PT Pos Indonesia (Persero).

Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Definisi Konsep

Pada laporan Tugas Akhir ini, definisi konsep yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Pengertian *Auditing*

Auditing adalah “suatu proses sistematis untuk secara objektif mendapatkan dan mengevaluasi bukti mengenai asersi tentang kegiatan-kegiatan dan kejadian-kejadian ekonomi untuk meyakinkan tingkat keterkaitan antara asersi tersebut dan kriteria yang telah ditetapkan dan mengkomunikasikan hasilnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan” (Konrath, 2002:5).

Auditing adalah “suatu pemeriksaan yang dilakukan secara kritis dan sistematis, oleh pihak yang independen, terhadap laporan keuangan yang telah disusun oleh manajemen, beserta catatan-catatan pembukuan dan bukti-bukti pendukungnya, dengan tujuan untuk dapat memberikan pendapat mengenai kewajaran laporan keuangan tersebut” (Sukrisno Agoes, 2004:3).

2) Pengertian Audit Sistem Informasi

“Audit sistem informasi merupakan proses pengumpulan dan evaluasi bukti-bukti untuk menentukan apakah sistem komputer yang digunakan telah dapat melindungi aset milik organisasi, mampu menjaga integritas data, dapat membantu pencapaian tujuan organisasi secara efektif, serta menggunakan sumber daya yang dimiliki secara efisien” (Adhi Sulistyono Hadi, 2007).

Landasan Teori

Audit

Menurut Thompson (2001:42) “*Auditing* adalah satu bentuk pengujian independen yang dilakukan oleh seorang ahli-auditor yang menunjukkan pendapatnya tentang kejujuran (*fairness*) sebuah laporan keuangan”.

Sistem

Menurut Kamus Standar Akuntansi, Ardiyos (2006:543), menyatakan bahwa “sistem merupakan seperangkat komponen-komponen atau unsur-unsur yang dijalin untuk memperoleh/mencapai sesuatu atau berbagai tujuan”.

Informasi

La Midjan dan Azhar Susanto (2001:28), “informasi diartikan sebagai keluaran (*output*) dari suatu pengolahan data (sistem informasi) yang telah terorganisir dan berguna bagi orang yang menerima”.

Sistem Informasi

Menurut James A. Hall (2007:9), “sistem informasi merupakan “serangkaian prosedur formal di mana data dikumpulkan, diproses menjadi informasi dan didistribusikan ke para pengguna”.

Audit Sistem Informasi

Menurut Weber (2000:10) mengemukakan bahwa :

Audit sistem informasi merupakan proses pengumpulan dan evaluasi bukti-bukti untuk menentukan apakah sistem komputer yang digunakan telah dapat melindungi aset milik organisasi, mampu menjaga

integritas data, dapat membantu pencapaian tujuan organisasi secara efektif, serta menggunakan sumber daya yang dimiliki secara efisien.

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah asosiatif deskriptif dengan pendekatan metode studi kasus. Menurut Nazir (2005:27), "Studi kasus dan Lapangan (*Case and Field Study*) merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan". Sedangkan penelitian asosiatif deskriptif yaitu penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi, kemudian melakukan analisis terhadap data yang diperoleh. Tujuan penelitian adalah menguji koefisien korelasi yang ada pada sampel untuk diberlakukan pada seluruh populasi dimana sampel diambil.

Sumber Data

Sumber data penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh melalui hasil kuesioner yang dibagikan kepada 25 pegawai di sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero), selain itu penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa pegawai di sub direktorat teknologi PT Pos Indonesia (Persero).

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan, maka

data harus dikumpulkan dengan cara atau proses yang benar. Dalam pengumpulan data untuk bahan penelitian, terdapat berbagai cara yang dilakukan oleh peneliti. Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah penelitian lapangan, penelitian kepustakaan dan pengumpulan dokumen. Studi lapangan merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap perusahaan, dilakukan dengan melalui kuesioner. Penelitian ini dilaksanakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Studi kepustakaan yang dilakukan penulis adalah dengan cara mencari dan mempelajari bahan-bahan yang memiliki relevansi dengan masalah auditing. Sedangkan pengumpulan dokumen yang penulis lakukan adalah dengan mencari dan memperoleh dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Dokumen tersebut yaitu daftar temuan sementara audit sistem pengendalian internal pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero).

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009:62) mengatakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pegawai/ auditor internal di sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero) yang berjumlah 34 orang. Menurut Sugiyono (2009:62) bahwa "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang

dimiliki oleh populasi”. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling*. Dengan menggunakan rumus pengambilan sampel tersebut, maka didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 25 pegawai di sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero).

Teknik Analisis

Teknik analisis yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif berupa instrumen kuesioner dan analisis kuantitatif berupa perhitungan tabulasi hasil kuesioner. Sesuai dengan variabel independen dan dependen yang diambil oleh penulis, maka penulis menggunakan analisis korelasi *rank spearman* berganda yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara variabel kerugian akibat kesalahan perhitungan (X_1), variabel penyalahgunaan komputer (X_2), dan variabel tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer (X_3) terhadap variabel audit sistem informasi (Y). Analisis regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari setiap perubahan variabel dependen, dengan kata lain digunakan untuk menaksir variabel dependen (Y) setiap ada perubahan variabel independen (X) sehingga regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis determinasi digunakan untuk melihat derajat ketergantungan atau determinasi antara variabel kerugian

akibat kesalahan perhitungan (X_1), variabel penyalahgunaan komputer (X_2), dan variabel tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer (X_3) terhadap variabel audit sistem informasi (Y). Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji t dan uji F. Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk melakukan pengujian apakah model regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Sedangkan Uji F digunakan dalam pengujian signifikansi terhadap korelasi ganda dimana dua atau lebih variabel independen berhubungan secara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16.00 for Windows* untuk mengolah data statistik dalam laporan ini, didapat nilai korelasi sebesar 0,647, hal ini menunjukkan hubungan yang kuat karena nilai 0,647 terletak pada *range* 0,60-0,799. Berarti antara faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer memiliki hubungan yang kuat terhadap audit sistem informasi pada PT Pos Indonesia (Persero).

Perhitungan analisis regresi berganda dengan menggunakan *SPSS 16.00 for Windows* didapat persamaan regresi yaitu: $Y = -4,885 + 0,492 X_1 + 0,488 X_2 - 0,189 X_3$. Berdasarkan persamaan tersebut bahwa diketahui koefisien variabel faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan (X_1) sebesar 0,492; dapat diartikan jika variabel

independen lain nilainya tetap dan tingkat variabel X_1 mengalami kenaikan dengan nilai 1, maka nilai variabel audit sistem informasi (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,492 atau sebesar 49,2%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan dengan pentingnya audit sistem informasi, hal ini berarti semakin tinggi faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan maka audit sistem informasi akan semakin penting dilakukan. Koefisien regresi variabel faktor penyalahgunaan komputer (X_2) sebesar 0,488; dapat diartikan jika variabel independen lain nilainya tetap dan tingkat variabel X_2 mengalami kenaikan dengan nilai 1, maka nilai variabel audit sistem informasi (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,488 atau sebesar 48,8%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor penyalahgunaan komputer dengan pentingnya audit sistem informasi, hal ini berarti semakin tinggi faktor penyalahgunaan komputer maka audit sistem informasi akan semakin penting dilakukan. Sedangkan untuk koefisien regresi variabel faktor tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer (X_3) sebesar -0,189; dapat diartikan jika variabel independen lain nilainya tetap dan tingkat variabel X_3 mengalami penurunan dengan nilai 1, maka nilai variabel audit sistem informasi (Y) mengalami penurunan sebesar -0,189 atau sebesar -18,9%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan yang berlawanan antara faktor tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer dengan pentingnya audit sistem informasi.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis

determinasi (KD) nilai determinasi faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer menunjukkan angka 0,419 atau sebesar 41,9%. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,419 atau sebesar 41,9% menunjukkan bahwa masih ada faktor-faktor lain sebesar 58,1% yang mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti faktor kerugian akibat kehilangan data, faktor kesalahan dalam pengambilan keputusan dan faktor risiko kebocoran data.

Uji t dan uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis yang ada dalam penelitian ini. Pengujian nilai t yang didapat adalah t_{hitung} untuk variabel kerugian akibat kesalahan proses perhitungan adalah sebesar 2,716 dengan derajat kebebasan sebesar 21 ($n-k-1$ yaitu $25-3-1$), dengan pengujian dua pihak dimana tingkat signifikansi 5% atau 0,05 maka didapat t_{tabel} sebesar 2,080. Sehingga t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($2,716 > 2,080$). Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka untuk variabel kerugian akibat kesalahan proses perhitungan berada di daerah penolakan H_0 atau di daerah penerimaan H_a , sehingga secara parsial kerugian akibat kesalahan proses perhitungan menjadi faktor yang mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero). Untuk pengujian nilai t variabel penyalahgunaan komputer (X_2) didapat t_{hitung} sebesar 3,075; sehingga t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($3,075 > 2,080$). Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka berada pada daerah penerimaan H_a , sehingga secara parsial penyalahgunaan komputer menjadi

faktor yang paling dominan diantara kedua faktor lainnya yang mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero). Selanjutnya untuk pengujian nilai t variabel tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer (X_2) didapat t_{hitung} sebesar -1,069, ehingga t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} ($-1,069 < 2,080$). Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka berada di daerah penolakan H_a , sehingga secara parsial tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer tidak menjadi faktor yang mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi pada sub direktorat teknologi Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero). Pengujian nilai F untuk seluruh variabel independen didapat nilai F_h sebesar 5,048 dengan derajat kebebasan pembilang sama dengan nilai 3 dan derajat kebebasan penyebut 21 ($n-k-1$ yaitu $25-3-1$) dimana tingkat signifikan 5%, maka didapat F_{tabel} sebesar 3,467. Sehingga F_h lebih besar daripada F_{tabel} ($5,048 > 3,467$). Karena $F_h > F_{tabel}$ maka berada di daerah penerimaan H_a , sehingga ketiga variabel independen, yaitu: faktor kerugian akibat kesalahan perhitungan, faktor penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputersecarabersama-samaberpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada Sub Direktorat Teknologi PT Pos Indonesia (Persero).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan dan faktor penyalahgunaan komputer secara parsial berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada Sub Direktorat Teknologi PT Pos Indonesia (Persero), tetapi untuk faktor

tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer secara parsial tidak menjadi pengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada Sub Direktorat Teknologi PT Pos Indonesia (Persero). Sedangkan secara simultan/bersama-sama ketiga faktor tersebut, yaitu: kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer menjadi pengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada Sub Direktorat Teknologi PT Pos Indonesia (Persero). Sedangkan untuk faktor yang paling dominan yang paling berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi yaitu faktor penyalahgunaan komputer, hal itu dibuktikan dengan korelasi berganda yang menyatakan sedang yaitu sebesar 0,419. Penyebab faktor ini menjadi faktor paling dominan karena di bagian sub direktorat teknologi masih terdapat pihak-pihak yang kurang bertanggungjawab dalam menggunakan komputer, misalnya dengan *hacking* suatu program dan menggunakan komputer untuk kepentingan pribadi bukan untuk kepentingan perusahaan. Sehingga audit sistem informasi sangat penting dilakukan untuk memeriksa supaya pemanfaatannya sesuai dengan harapan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Sub Direktorat Teknologi PT Pos Indonesia (Persero) dan pembahasan masalah pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor kerugian akibat kesalahan

proses perhitungan secara parsial berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi. Penyebab faktor ini menjadi pengaruh terhadap audit sistem informasi karena Sub Direktorat Teknologi kerap kali melakukan kesalahan proses perhitungan yang dapat merugikan perusahaan yang disebabkan oleh masalah jaringan yang tidak berfungsi dengan baik, sehingga audit sistem informasi penting dilakukan pada Sub Direktorat Teknologi ini.

2. Faktor penyalahgunaan komputer secara parsial berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi. Penyebab faktor ini menjadi pengaruh terhadap audit sistem informasi karena kurangnya pengendalian yang memadai terhadap pelaksanaan operasional di Data Center oleh Divisi Infratek sehingga mengakibatkan operasional perangkat teknologi informasi tidak termanfaatkan dan tidak terjaga keamanannya. Faktor ini menjadi faktor yang paling dominan diantara dua faktor lainnya yang berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi.

3.

4. Faktor tingginya nilai investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi. Penyebab faktor ini tidak menjadi pengaruh terhadap audit sistem informasi karena PT Pos Indonesia (Persero) yang jarang melakukan investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer. Sehingga tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer tidak terlalu berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi pada PT Pos Indonesia (Persero).

5. Faktor kerugian akibat kesalahan proses perhitungan, penyalahgunaan komputer, dan tingginya nilai investasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer secara simultan berpengaruh terhadap pentingnya audit sistem informasi. Hal itu dibuktikan pada saat pengujian F_{hitung} yang menyatakan lebih besar dari F_{tabel} ($5,048 > 3,467$). Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut hanya berpengaruh sebesar 41,9% dan masih ada faktor-faktor lain sebesar 58,1% yang mempengaruhi pentingnya audit sistem informasi yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti faktor kerugian akibat kehilangan data, faktor kesalahan dalam pengambilan keputusan dan faktor risiko kebocoran data.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar diadakan penelitian lanjutan dengan responden yang lebih banyak dan lingkupnya lebih luas lagi, bukan hanya pada Sub Direktorat Teknologi saja agar hasilnya lebih baik dan akurat. Selain itu, dalam penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk menganalisis faktor-faktor yang lain, seperti: kerugian akibat kehilangan data, risiko kebocoran data, dan kesalahan dalam pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno. 2004. *Auditing*. Jakarta : Lembaga Penerbit FEUI.
- Ardiyos. 2006. *Kamus Standar Akuntansi*. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Bodnar H. George. & William S. Hopwood. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi 9. Yogyakarta: Andi..

- Budi, Sasongko. 2009. *Journal of Accountancy*, (Online), (<http://www.theakuntan.com>), diakses 11 Juni 2011). Hadi, Adhi Sulistyono. 2007. Apa Pengertian Audit, (Online), (<http://apapengertianaudit.com>), diakses 11 Juni 2011).
- Hall, A. James. 2007. *Sistem Informasi Akuntansi. Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Krismiaji. 2005. *Sistem Informasi Akuntansi. Edisi 2*. Yogyakarta: YKPN.
- Mardi. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Midjan, La & Azhar, Susanto. 2001. *Sistem Informasi Akuntansi 1. Edisi 8*. Jakarta: Lingga Jaya.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi. Edisi Ketiga*. Jakarta : Salemba Empat
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian Edisi Tiga*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Pusat Bahasa. 2009. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Phoenix Indonesia.
- Romney B. Marshall. & Paul, John, Steinbart. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi. Buku 1. Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Kanto, Setiawan dan Tumbur Pasaribu. 2003. *Bukti Audit dan Kertas Kerja Audit Laporan Keuangan*. Jakarta : Elekmedia Komputindo.
- Sugiyono. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2003. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsismi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Supriyadi. *Peranan Teknologi Informasi Dalam Audit Sistem Informasi Komputerisasi Akuntansi*. Jurnal: Majalah Ilmiah Unikom, Vol. 6 halaman 35-50.
- Surakhmad, Winarno. 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metode dan Teknik*. Bandung : Tarsito.

Sutabri, Tata. 2003. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Andi.

Tarigan, Josua. *Kajian Terhadap Aspek Psikologis Dalam Lingkungan Audit Sistem Informasi*. Jurnal: Universitas Kristen Petra Surabaya.

Weber, Ron. 2000. *Information System Controls and Audit*. New Jersey: Prentice-Hall, inc.

Widilestariningtyas, Ony dan Supriyati. 2005. *Modul Aplikasi Komputer Auditing Buku 1 (Teori dan Praktik)*. Bandung : Laboratorium Komputerisasi Akuntansi Terpadu UNIKOM.

Model Logistic Regression Dalam Penentuan Kebijakan Dividen Perusahaan Di Indonesia

Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Agung Satmoko

Sudarman

Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta

agungsatmoko@yahoo.co.id

sudarman_upn@yahoo.com

Abstract

This paper investigates dividend policy decision in Indonesian Stock Exchange (IDX) through studying non-financial firms. Panel data were obtained from 1490 non-financial firms over the five year period from 2006 to 2010, where 310 firms pay dividend and 1180 firms were not. Logistic regression model were used to test the six research hypotheses. The result revealed that size of firms, debt equity ratio, and return on equity increases the probability of paying dividends, whereas the public ownership decreases the probability of paying dividends. Two variables, free cash flow and growth of sales insignificantly affect to the probability of paying dividends. Overall, research findings that companies list on Indonesian Stock Exchange (IDX) paid dividends to reduce agency conflict and enhance their companies reputation.

Keywords: *Dividend payout decision, Non-financial firms, Panel data, Logistic regression model.*

PENDAHULUAN

Apakah perusahaan harus membayar dividen atau tidak? Pertanyaan tersebut sampai sekarang tetap menjadi kontroversi sejak Modigliani dan Miller (MM) menyampaikan artikelnya. MM mengatakan bahwa nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham tidak berhubungan dengan keputusan apakah dividen dibayarkan oleh perusahaan atau tidak. Di dalam teori manajemen keuangan hasil studi MM tersebut dikenal dengan teori *dividend irrelevance theory (DIT)*. Bagaimanapun pendapat MM tersebut didasarkan pada asumsi pada pasar modal

sempurna (*perfect capital market*) seperti semua pelaku pasar mendapatkan informasi yang sama tanpa biaya, tidak ada pajak, tidak ada biaya transaksi, padahal dalam kenyataannya pasar modal tidak sempurna (*imperfect capital market*).

Untuk menjelaskan kontroversi tersebut, banyak literatur-literatur manajemen keuangan mengilustrasikan mengapa perusahaan-perusahaan membayar dividen yang tinggi dan mengapa perusahaan-perusahaan membayar dividen yang rendah atau bahkan tidak membayar dividen (Brigham dan Ehrhardt, 2005). Dalam

the bird in the hand theory dijelaskan bahwa investor lebih menyukai dividen yang tinggi dibandingkan dengan *capital gain*, karena diasumsikan bahwa nilai kas yang dihasilkan dari penerimaan dividen lebih pasti dibandingkan nilai kas yang diharapkan dari *capital gain*. Sebaliknya dalam *tax-preference theory* dijelaskan bahwa investor lebih menyukai penerimaan kas dari *capital gain* yang tinggi dari pada penerimaan kas dari dividen yang tinggi. Hal ini disebabkan pajak atas dividen pada umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan pajak atas *capital gain*. *Clientele effect theory*, menunjukkan perubahan komposisi kelompok investor, dapat mengubah kebijakan dividen perusahaan. Teori lain yang dapat menjelaskan mengenai kebijakan dividen adalah *signaling theory* atau *information content theory*. Teori ini menjelaskan bahwa kebijakan dividen mempunyai kandungan informasi dan dapat dijadikan tanda bagi investor atas aliran kas perusahaan di masa mendatang. Kebijakan perusahaan membayar dividen yang tinggi mempunyai kandungan informasi positif bagi investor tentang profitabilitas dan aliran kas bebas (*free cashflow*) di masa mendatang. Hal di atas dapat terjadi karena adanya informasi asimetris antara perusahaan dalam hal ini manajer dengan investor. Manajer menerima informasi tentang profitabilitas dan *free cashflow* masa depan, yang tidak tersedia bagi investor, sehingga investor dapat mengembangkan analisisnya sendiri berdasarkan *signal* yang terkandung dari kebijakan dividen perusahaan.

Teori keagenan (*agency theory*). didasarkan pada asumsi adanya konflik kepentingan antara manajer (perusahaan)

dengan investor atau pemegang saham. Adanya konflik keagenan tersebut dapat memicu timbulnya masalah keagenan dan timbulnya biaya keagenan. Pembayaran dividen dapat digunakan untuk mengurangi problem yang keagenan. Dalam konteks ini perusahaan dapat menetapkan pembayaran dividen yang tinggi dan mendistribusikan *free cashflow* nya untuk mengurangi biaya keagenan (Brigham and Houston, 2006)

Penelitian tentang kebijakan dividen yang berkaitan dengan teori-teori di atas pada umumnya dilakukan pada pasar modal kategori *developed markets*. Brealey dan Myers (2005) menyatakan teori kebijakan dividen sebagai salah satu dari 10 (sepuluh) teori manajemen keuangan yang belum terdapat konsensus dari para peneliti manajemen keuangan. Demikian juga Frakfurter, et al., (2002) menyatakan bahwa dalam 40 (empat puluh) tahun penelitian tentang kebijakan dividen telah banyak dilakukan, namun sejauh ini juga tetap tidak ada kesimpulan yang sama. Allen dan Mikhaley (2003) menyarankan bahwa penting mengembangkan teori lebih lanjut dan mencapai kesepakatan umum di antara para peneliti.

Penelitian-penelitian yang berkait dengan mengapa perusahaan-perusahaan membayar dividen berikut ini dapat menggambarkan dinamika penelitian tentang kebijakan dividen, baik di pasar modal yang sudah maju maupun di pasar modal kategori *emerging markets*. Laporta et al., (2000) melaporkan bahwa perusahaan-perusahaan yang mempunyai *free cash flow* dan profitabilitas yang tinggi cenderung menaikkan pembayaran dividennya. Dukungan terhadap penelitian ini diberikan oleh Fama dan French (2001);

Aivazian, et al., (2003) dan Al-Kuwari (2010).

Dalam studinya Fama dan French (2001) menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang besar cenderung menaikkan *payout*nya dalam rangka mengurangi masalah-masalah keagenan. Studi ini juga didukung oleh penelitian Naser, et al., (2004) dan Al-Mulkawi (2008) yang meskipun berbeda, tetapi memiliki nuansa yang sama. Mereka menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan yang kepemilikan saham oleh pemerintahnya tinggi (di Indonesia seperti BUMN) cenderung membayar dividen yang tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Aivazian, et al., (2003) menunjukkan tingginya rasio hutang perusahaan menyebabkan rendahnya *dividend payout* perusahaan dan penelitian Al-Kuwari (2010) yang menunjukkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi mempunyai pengaruh negatif terhadap pembayaran dividen.

Kebijakan dividen di dalam pasar modal di negara berkembang tentu saja berbeda dengan kebijakan dividen di negara maju yang sudah tentu lebih *establish* atau lebih mapan. Pasar modal di negara berkembang pada umumnya dicirikan dengan kurangnya informasi. Penelitian yang dilakukan ini juga akan mencari kejelasan tentang kebijakan dividen di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat dikategorikan sebagai *emerging market*, tetapi melihat dari dimensi yang berbeda. Penelitian-penelitian tentang kebijakan dividen pada umumnya hanya melibatkan perusahaan-perusahaan yang membagi dividen. Penelitian ini melibatkan perusahaan-perusahaan yang tidak membagi dividen, karena ingin

mengetahui mengapa perusahaan tertentu membagi dividen, sementara perusahaan-perusahaan lain tidak membagi dividen.

Penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi dan mengukur pengaruh besarnya ukuran perusahaan, proporsi kepemilikan saham publik, aliran kas bersih, tingkat profitabilitas perusahaan, rasio hutang perusahaan, tingkat pertumbuhan dan kesempatan investasi perusahaan, terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen.

PENELITIAN EMPIRIK DAN PERUMUSAN HOPOTESIS

Penelitian-penelitian empirik tentang kebijakan dividen, berikut ini dideskripsikan sesuai dengan variabel penelitian yang akan diungkap dalam penelitian ini.

Besarnya Ukuran Perusahaan (*size of firm*) dan Kepemilikan Publik (*public Ownership*)

Penelitian yang berkaitan dengan *agency theory* dan kepemilikan saham oleh pemerintah didokumentasikan oleh Fama dan French (2001); Naser dkk. (2004) dan Al-Mulkawi (2008). Mereka menunjukkan bahwa **perusahaan-perusahaan yang besar** dan perusahaan-perusahaan yang kepemilikan sahamnya sebagian besar **dimiliki oleh pemerintah** cenderung membayar dividen yang tinggi, karena ditujukan untuk mengurangi persoalan-persoalan keagenan (*agency problems*). Sebaliknya penelitian ini ingin melihat pengaruh **kepemilikan publik** terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, diajukan hipotesis:

H1: Besarnya ukuran perusahaan (size of firm) berpengaruh positif terhadap probabilitas pembayaran dividen.

H2: Proporsi kepemilikan saham publik (public ownership) berpengaruh negatif terhadap probabilitas pembayaran dividen.

Aliran Kas Bersih (*free cash flow*) dan Tingkat Profitabilitas Perusahaan (*return on equity*)

Penelitian tentang kebijakan dividen yang berkaitan dengan *free cash flow* dan profitabilitas perusahaan dilakukan oleh Fama dan French (2001); Aviazian, dkk (2003) dan Al-Kuwari (2010). Mereka melaporkan bahwa perusahaan-perusahaan yang mempunyai *free cash flow* dan profitabilitas yang tinggi mempunyai kecenderungan untuk menaikkan pembayaran dividennya, diajukan hipotesis:

H3: Aliran kas bersih (*free cash flow*) perusahaan berpengaruh positif terhadap probabilitas pembayaran dividen.

H4: Tingkat profitabilitas perusahaan (*return on equity*) berpengaruh positif terhadap probabilitas pembayaran dividen.

Ratio Hutang Perusahaan (*debt equity ratio*)

Penelitian yang mengkaitkan kebijakan dividen dengan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang dilakukan oleh Aivazian dkk. (2003). Mereka menunjukkan bahwa besarnya tingkat hutang perusahaan yang ditunjukkan oleh tingginya *debt ratio*, menyebabkan rendahnya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham.

Situasi ini sekaligus mencerminkan tingginya risiko perusahaan akan diikuti oleh menurunnya kemampuan membayar dividen perusahaan, diajukan hipotesis:

H5: Rasio hutang perusahaan (*debt equity ratio*) berpengaruh negatif terhadap probabilitas pembayaran dividen.

Tingkat Pertumbuhan dan Kesempatan Investasi (*growth of sales*)

Penelitian yang mengkaitkan kebijakan dividen dengan pertumbuhan perusahaan yang sekaligus mencerminkan prospek investasi perusahaan di masa depan ditunjukkan oleh penelitian Al-Kuwari (2010). Dia menunjukkan bahwa ketika tingkat pertumbuhan perusahaan tinggi, atau dengan kata lain perusahaan memerlukan dana untuk kebutuhan investasi, maka perusahaan cenderung akan membayar dividen yang rendah, diajukan hipotesis:

H6: Pertumbuhan dan kesempatan investasi perusahaan (*growth of sales*) berpengaruh negatif terhadap probabilitas pembayaran dividen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Populasi

Populasi target dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang listing di BEI, di luar Sektor Keuangan. Sektor Keuangan dikeluarkan dari populasi target karena mempunyai struktur modal yang berbeda dengan sektor-sektor lain. Perusahaan-perusahaan sektor keuangan pada umumnya mempunyai struktur modal yang sangat tinggi, karena beroperasi dengan hutang. Sebagai contoh bank beroperasi

dengan dana pihak ketiga, yang merupakan pinjaman dari nasabah.

Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Untuk mencapai tujuan penelitian, variabel penelitian harus didefinisikan secara jelas. Variabel penelitian ini terdiri dari:

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kebijakan dividen. Proksi dari kebijakan dividen digunakan dengan variabel *dummy*. *Dummy 1*, adalah perusahaan yang membayar dividen dan *dummy 0*, adalah perusahaan yang tidak membayar dividen pada tahun yang bersangkutan.

Dividen yang digunakan adalah *dividend payout ratio (Payout/DPR_t)*, yang diukur dengan membagi dividen per lembar saham (DPS) dengan laba per lembar saham (EPS).

$$DPR = \frac{DPS_t}{EPS_t}$$

Variabel bebas

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Size of firm* adalah ukuran besarnya perusahaan yang diukur dengan *Log Natural Total Asset (LN Total.Asset_t)*

2. *Proporsi kepemilikan saham publik (public ownership)* adalah proporsi saham yang dimiliki oleh investor publik, yang diukur dengan:

$$OWNERS = \frac{KepemilikanPublik_t}{TotalSaham_t}$$

3. *Free Cash Flow: (laba bersih – perubahan modal kerja bersih)/ total asset*

$$FCF = \frac{EAT_t - d(A_t - C_t)}{Total.Asset_t}$$

4. *Profitability* adalah keuntungan perusahaan yang diukur dengan *return on equity* yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang dihasilkan dari modal sendiri.

$$ROE = \frac{EAT_t}{Equity_t}$$

5. *Leverage* adalah *leverage* keuangan proporsi modal yang dibiayai dengan hutang. *Leverage* diukur dengan *debt equity ratio*:

$$DER = \frac{D_t}{Ekuitas_t}$$

6. *Growth of sales* adalah pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan:

$$Growth = \frac{NetSales_{t1} - NetSales_{t0}}{NetSales_{t0}}$$

Data dan Metode Pengumpulan Data

Keseluruhan data dalam penelitian ini adalah data skunder yang dapat dicari melalui pendokumentasian dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*. Periode dokumentasi data adalah kinerja keuangan perusahaan tahun 2006 sampai dengan 2010.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *Logistic Regression Analyze*. *Logistic Regression* sebenarnya identik dengan analisis diskriminan, yaitu ingin menguji apakah probabilitas terjadinya variabel dependen dapat diprediksi oleh variabel bebasnya. Probabilitas kadang-kadang dinyatakan dalam istilah *odds* (Imam Ghozali, 2011). Persamaan *Logistic Regression* untuk sejumlah variabel bebas (k) dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\ln [\text{odds}(K|X_1...X_6)] = \beta_0 + \beta_1 FCF_{i,t} + \beta_2 \ln TA_{i,t} + \beta_3 GROWTH_{i,t} + \beta_4 DER_{i,t} + \beta_5 ROE_{i,t} + \beta_6 OWNERS_{i,t} + \mu_{i,t}$$

atau:

$$\ln p/(1-p) = \beta_0 + \beta_1 FCF_{i,t} + \beta_2 \ln TA_{i,t} + \beta_3 GROWTH_{i,t} + \beta_4 DER_{i,t} + \beta_5 ROE_{i,t} + \beta_6 OWNERS_{i,t} + \mu_{i,t}$$

atau:

$$p/(1-p) = e^{\beta_0} + e^{\beta_1 FCF_{i,t}} + e^{\beta_2 \ln TA_{i,t}} + e^{\beta_3 GROWTH_{i,t}} + e^{\beta_4 DER_{i,t}} + e^{\beta_5 ROE_{i,t}} + e^{\beta_6 OWNERS_{i,t}} + \mu_{i,t}$$

Berdasarkan keluaran program *IBM SPSS*, dilihat nilai eksponensial koefisien regresi ($\exp(\beta)$) untuk menjelaskan probabilitas terjadinya **p**, maupun probabilitas terjadinya **1-p** untuk setiap peningkatan 1 unit variabel bebas, sehingga persamaan menjadi:

$$p/(1-p) = \exp(\beta_0) + \exp(\beta_1) FCF_{i,t} + \exp(\beta_2) \ln TA_{i,t} + \exp(\beta_3) GROWTH_{i,t} + \exp(\beta_4) DER_{i,t} + \exp(\beta_5) ROE_{i,t} + \exp(\beta_6) OWNERS_{i,t} + \mu_{i,t}$$

di mana:

K	= Kebijakan dividen
$Dummy\ 1$	= Perusahaan yang membayarkan dividen.
$Dummy\ 0$	= Perusahaan yang tidak membayarkan dividen.
p	= Probabilitas Perusahaan membagi dividen.
$(1-p)$	= Probabilitas Perusahaan tidak membagi dividen.
e atau $Exp.$	= Bilangan Eksponensial.
$FCF_{i,t}$	= Free cash flow.
$\ln TA_{i,t}$	= Ln Total Asset.
$GROWTH_{i,t}$	= Pertumbuhan penjualan perusahaan.
$DER_{i,t}$	= Debt equity ratio.
$ROE_{i,t}$	= Return on equity.
$OWNERS_{i,t}$	= Proporsi kepemilikan saham publik.
$\mu_{i,t}$	= Kesalahan acak atau variabel pengganggu.

HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN

Sampel Penelitian

Sesuai dengan yang dikemukakan di dalam metode penelitian, sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah target populasi, yaitu semua perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil pengamatan selama 5 tahun, dari tahun 2006 sampai dengan 2010 diperoleh sebanyak 1520 sampel perusahaan. Untuk tujuan analisis dengan menggunakan *logistic regression* untuk penentuan kebijakan dividen, maka dipisahkan antara perusahaan yang melakukan kebijakan membayarkan dividen (*dummy 1*), dan perusahaan yang tidak membayarkan dividen (*dummy 0*). Perusahaan yang melakukan kebijakan

membayarkan dividen sebanyak 338 sampel perusahaan, sedangkan yang tidak membayarkan dividen sebanyak 1182 sampel perusahaan.

Setelah dilakukan olah data dengan *logistic regression model* terhadap 1520 sampel perusahaan, didapatkan 30 sampel perusahaan yang mengalami *outlier (casewise)*. Untuk memperbaiki *output logistic regression*, maka 30 sampel perusahaan ini dihilangkan dari sampel penelitian, sehingga sampel perusahaan yang digunakan menjadi 1490 sampel. Perusahaan yang melakukan kebijakan membayarkan dividen sebanyak 310 sampel perusahaan, sedangkan yang tidak membayarkan dividen sebanyak 1180 sampel perusahaan.

Hasil Logistic Regression Model

Perbandingan output logistic regression model antara 1520 dengan 1490 sampel perusahaan disajikan dalam Tabel 4.1. Berdasarkan Tabel 4.1. dapat dijelaskan mengenai, penilaian keseluruhan model (*overall model fit*) dan kontribusi *logistic regression model*, pengujian koefisien regresi, dan interpretasi koefisien regresi.

Penilaian Keseluruhan Model (*overall model fit*) dan Kontribusi Model

Untuk menilai keseluruhan model digunakan metode *Maximum Log Likelihood*. Apabila nilai *-2 Log Likelihood* pada tahap 0 (hanya memasukkan variabel konstanta) **lebih besar** dari nilai *-2 Log Likelihood* pada tahap 1 (dengan menambahkan variabel bebas), maka model menjadi lebih baik. *Logistic Regression Model* pada 1520 sampel perusahaan diperoleh nilai *-2 Log Likelihood* sebesar 1610,683 (tahap 0)

lebih besar dari 1471,026 (tahap 1), maka model menjadi lebih baik. Demikian juga, *Logistic Regression Model* pada 1490 sampel perusahaan nilai *-2 Log Likelihood* sebesar 1523,872 (tahap 0) lebih besar dari 1349,065 (tahap 1), maka model menjadi lebih baik. Perbandingan antara *Logistic Regression Model* pada 1520 sampel perusahaan dengan 1490 sampel perusahaan, menunjukkan bahwa *Logistic Regression Model* pada 1490 sampel perusahaan **lebih baik**.

Dilihat dari nilai *Nagelkerke R²*, yang merupakan kontribusi model terhadap variabilitas probabilitas kebijakan dividen (variabel dependen), maka nilai *Nagelkerke R²* pada *Logistic Regression Model* pada 1520 sampel perusahaan sebesar 0,135, sedangkan pada 1490 sampel perusahaan sebesar 0,173. Keadaan ini menunjukkan kontribusi *Logistic Regression Model* pada 1490 sampel perusahaan **lebih baik** dibandingkan dengan pada 1520 sampel perusahaan.

Pengujian Koefisien Regresi

Untuk menguji koefisien regresi, dilakukan dengan melihat signifikansi koefisien regresi. Pada *Logistic Regression Model* pada 1520 sampel perusahaan, terdapat 3 variabel (*constant, size of firm dan return on equity*) menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, sedangkan 4 variabel (*free cash flow, growth of sales, debt equity ratio dan owners*) menunjukkan pengaruh tidak signifikan, dengan tingkat signifikansi lebih besar 0,05. Pada *Logistic Regression Model* pada 1490 sampel perusahaan, terdapat 5 variabel (*constant, size of firm, debt equity ratio, return on equity dan public ownership*) menunjukkan pengaruh

yang signifikan, dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, sedangkan 2 variabel (*free cash flow* dan *growth of sales*) menunjukkan pengaruh tidak signifikan, dengan tingkat signifikansi lebih besar 0,05.

tidak membayarkan dividen 0,37078.

3. Variabel *public ownership* menunjukkan pengaruh negatif signifikan dengan koefisien sebesar -0,012. Apabila ada

Tabel 4.1.

Hasil Logistic Regression Model Untuk 1520 dan 1490 Sampel Perusahaan

Variabel	Logistic Regression 1520 Sampel Perusahaan			Logistic Regression 1490 Sampel Perusahaan		
	B	Exp (β)	Sign.	B	Exp (β)	Sign.
Constant	-11,700	0,000	0,000 *)	-15,779	0,000	0,000 *)
Free Cash Flow	0,001	1,001	0,583	0,001	1,001	0,289
Size of Firm	0,379	1,461	0,000 *)	0,529	1,697	0,000 *)
Growth of Sales	0,000	1,000	0,253	0,000	1,000	0,210
Debt Equity Ratio	0,000	1,000	0,166	0,000	1,000	0,024 *)
Return on Equity	0,022	1,023	0,000*)	0,003	1,003	0,011 *)
Owners	-0,006	0,994	0,082	-0,012	0,988	0,001 *)
-2 Log Likelihood (step 0)	1610,863			1523,872		
-2 Log Likelihood (step 1)	1471,026			1349,065		
Nagelkerke R ²	0,135			0,173		

Keterangan: *) Signifikan α 0,05.

Interpretasi Koefisien Regresi

1. Nilai konstanta sebesar -15,779, akan tetapi nilai probabilitas tidak ada yang negatif, maka nilainya dianggap nol (0), yang berarti bila tidak ada perubahan variabel bebas, maka perusahaan melaksanakan kebijakan tidak membayarkan dividen.

2. Variabel *size of firm* menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan koefisien sebesar 0,529. Apabila ada peningkatan *size of firm* sebesar 1%, maka akan meningkatkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen, dengan variabel yang lain dianggap konstan. Nilai $Exp(\beta)$ sebesar 1,697, menunjukkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen sebesar $1,697/2,697 = 0,62922$, sedangkan probabilitas kebijakan

peningkatan *owners* sebesar 1%, maka akan menurunkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen. dengan variabel yang lain dianggap konstan. Nilai $Exp(\beta)$ sebesar 0,988, menunjukkan probabilitas kebijakan dividen membayarkan sebesar $0,988/1,988 = 0,49698$, sedangkan probabilitas kebijakan tidak membayarkan dividen 0,50302.

4. Variabel *free cash flow* menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan dengan koefisien sebesar 0,001. Apabila ada peningkatan *free cash flow* sebesar 1%, maka akan meningkatkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen, dengan variabel yang lain dianggap konstan. Nilai $Exp(\beta)$ sebesar 1,001, menunjukkan probabilitas kebijakan membayarkan

dividen sebesar $1,001/2,001 = 0,50025$, sedangkan probabilitas kebijakan tidak membayarkan dividen 0,49975.

5. Variabel *return on equity* menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan koefisien sebesar 0,003. Apabila ada peningkatan *return on equity* sebesar 1%, maka akan meningkatkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen, dengan variabel yang lain dianggap konstan. Nilai $Exp(\beta)$ sebesar 1,003, menunjukkan probabilitas kebijakan dividen s membayarkan ebesar $1,003/2,003 = 0,50075$, sedangkan probabilitas kebijakan tidak membayarkan dividen 0,49925.

6. Variabel *debt equity ratio* menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan koefisien sebesar 0,000. Apabila ada peningkatan *debt equity ratio* sebesar 1%, maka akan meningkatkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen, dengan variable yang lain dianggap konstan. dengan variabel yang lain dianggap konstan. Nilai $Exp(\beta)$ sebesar 1,000, menunjukkan probabilitas kebijakan dividen se membayarkan besar $1,000/2,000 = 0,500$, sedangkan probabilitas kebijakan tidak membayarkan dividen 0,500.

7. Variabel *growth of sales* menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan dengan koefisien sebesar 0,000. Apabila ada peningkatan *growth of sales* sebesar 1%, maka akan meningkatkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen, dengan variabel yang lain dianggap konstan. dengan variable yang lain dianggap konstan. Nilai $Exp(\beta)$ sebesar 1,000, menunjukkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen sebesar $1,000/2,000$

= 0,500, sedangkan probabilitas kebijakan tidak membayarkan dividen 0,500.

Pembahasan

Berdasarkan hasil *logistic regression model* untuk penentuan probabilitas kebijakan dividen pada Perusahaan Non Keuangan yang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), variabel *free cash flow* dan *growth of sales* berpengaruh tidak signifikan, sedangkan variabel *size of firm*, *debt equity ratio*, *return on equity* dan *public ownership* berpengaruh signifikan (Tabel 4.1). Pengaruh variabel yang signifikan terhadap probabilitas kebijakan dividen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Size of firm*

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan antara *size of firm* terhadap probabilitas kebijakan membayarkan dividen, pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai eksponensial β sebesar 1,697 menunjukkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen sebesar 0,62422, berarti setiap peningkatan *size of firm* akan meningkatkan probabilitas kebijakan membayarkan dividen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fama and French (2001), Naser et al. (2004) dan Al-Kuwari (2010), yang menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan besar cenderung meningkatkan *dividend payout*-nya untuk mengurangi masalah keagenan dan tentunya biaya keagenan. Di samping itu, perusahaan besar lebih mudah untuk akses ke pasar modal untuk mendapatkan dana eksternal, sehingga meningkatkan pembayaran dividen (Fama and French, 2001).

2. *Public ownership*

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh negatif signifikan antara *public ownership* terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai eksponensial β sebesar 0,988 menunjukkan probabilitas kebijakan pembayaran dividen sebesar 0,49698, berarti setiap peningkatan *public ownership* akan menurunkan probabilitas kebijakan pembayaran dividen. Kepemilikan saham perusahaan biasanya dipegang oleh institusi. Penelitian ini menitikberatkan pada kepemilikan publik. Kepemilikan publik dapat dibedakan antara kelompok investor spekulasi dan kelompok investor murni. Investor spekulasi berpegang pada teori yang dikemukakan oleh Miller dan Modigliani (*Dividen Irrelevance Theory*), yang berargumentasi bahwa dividen tidak relevan untuk biaya modal dan nilai perusahaan, tanpa pajak atau biaya transaksi. Investor ini berharap pada keuntungan (*capital gain*) dari jual beli saham. Investor murni berpegang pada teori yang dikemukakan oleh Gordon dan Lintner (*Bird on the Hand Theory*), yang berargumentasi bahwa investor menilai uang dari dividen yang diharapkan lebih tinggi dari *capital gain*, karena dividen lebih tidak berisiko dibandingkan dengan *capital gain* (Brigham dan Houston, 2006). Terjadi pengaruh negatif antara kepemilikan publik terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, mengindikasikan investor spekulasi lebih dominan daripada investor murni. Mereka lebih memikirkan *capital gain*, maka tidak mempersoalkan masalah dividen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Kuwari (2010), yang menekankan pada kepemilikan

pemerintah (*Government Ownership*). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepemilikan pemerintah terhadap kebijakan pembayaran dividen. Pemerintah memiliki peran penting dan kekuatan dalam keputusan pembayaran dividen, sehingga peran pemegang saham di luar pemerintah menjadi kecil. Dengan demikian perusahaan mempunyai kekuatan membayar dividen yang tinggi, sehingga masalah keagenan bisa dikurangi dan reputasi perusahaan dapat dipertahankan. Hasil penelitian yang sama, dilakukan oleh Glen et al. (1995) dan Naser et al. (2004).

3. *Return on equity*

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan antara *return on equity* terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai eksponensial β sebesar 1,003 menunjukkan probabilitas kebijakan pembayaran dividen sebesar 0,50075, berarti setiap peningkatan *return on equity* akan meningkatkan probabilitas kebijakan pembayaran dividen. Profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan *return on equity*. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aivazian et al. (2003) dan Al-Kuwari (2010). Profitabilitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi kebijakan dividen. Dengan profitabilitas yang tinggi dimungkinkan perusahaan dapat membayarkan dividen yang lebih besar. Hasil penelitian ini didukung oleh *the signaling theory of dividend*, atau dengan profitabilitas perusahaan yang digunakan untuk membayar dividen menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang lebih baik.

4. *Debt equity ratio*

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif atau negatif signifikan antara *debt equity ratio* terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai eksponensial β sebesar 1,000 menunjukkan

probabilitas kebijakan pembayaran dividen sebesar 0,500, berarti probabilitas kebijakan pembayaran dividen dengan probabilitas kebijakan tidak membayar dividen adalah sama. Peningkatan *debt equity ratio* akan meningkatkan (positif) atau menurunkan (negatif) probabilitas kebijakan pembayaran dividen.. Untuk pengaruh negatif terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jensen et al. (1992) dan Aivazian et al. (2003), dimana rasio hutang berpengaruh negatif terhadap pembayaran dividen, yang berarti bahwa perusahaan dengan rasio hutang yang rendah akan membayar dividen yang lebih besar. *"Firms with relatively less debt and more tangible assets have greater financial slack and more able to pay and maintain their dividends"*. Hasil ini didukung oleh teori biaya keagenan (*agency cost theory*). Kebalikannya, terdapat pengaruh positif antara ratio hutang terhadap kebijakan dividen perusahaan. Hasil ini didukung oleh teori sinyal (*signalling theory*). *"Firms with high payout ratios tend to debt financed, while firms with low payout ratios tend to be equity financed"* (Chang and Ree, 1990).

Untuk dua variabel (*free cash flow dan growth of sales*) yang berpengaruh tidak signifikan terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen dapat dijelaskan, bahwa kedua variabel ini berhubungan

profitabilitas perusahaan. Peningkatan penjualan tidak menjamin peningkatan profitabilitas perusahaan, sehingga tidak dapat diperoleh aliran kas bebas yang dapat digunakan untuk membayar dividen. Jensen (1986) berpendapat bahwa perusahaan dengan tingkat aliran kas bebas yang tinggi cenderung meningkatkan masalah keagenan, karena manajer mungkin akan menggunakannya untuk keuntungan mereka sendiri daripada didistribusikan kepada pemegang saham. Pendapat Jensen didukung oleh Smith and Watts (1992) dan La Porta et al. (2000), dengan tambahan aliran kas bebas dimungkinkan manajer memilih proyek-proyek lain, dan membatasi kepentingan investor akan dividen.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur pengaruh *size of firm, public ownership, free cash flow, return on equity, debt equity ratio dan growth of sales* terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen pada perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian dapat disimpulkan, ukuran perusahaan (*size of firm*) dan profitabilitas perusahaan (*return on equity*) berpengaruh positif signifikan terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, dengan probabilitas lebih besar dari 0,5. Rasio hutang perusahaan (*debt equity ratio*) berpengaruh positif/negatif signifikan terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, dengan probabilitas yang sama antara membayarkan dengan tidak membayarkan dividen (0,5). Proporsi kepemilikan saham publik (*public*

ownership) berpengaruh negatif signifikan terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen, dengan probabilitas kurang dari 0,5. Variabel aliran kas bersih (*free cash flow*), pertumbuhan dan kesempatan investasi perusahaan (*growth of sales*) berpengaruh tidak signifikan terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen.

Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini memberikan implikasi teoritis maupun praktis. Temuan bahwa aliran kas bebas (*free cash flow*) serta pertumbuhan dan kesempatan investasi perusahaan (*growth of sales*) berpengaruh tidak signifikan terhadap probabilitas kebijakan pembayaran dividen pada perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia, memberikan informasi bahwa pertumbuhan penjualan tidak menjamin tersedianya aliran kas bebas yang dapat digunakan untuk membayarkan dividen, sehingga meningkatkan masalah keagenan. Temuan ini tidak memberikan dukungan terhadap teori keagenan (*Agency Theory*). Temuan bahwa Ukuran perusahaan (*size of firm*), Rasio hutang perusahaan (*debt equity ratio*), tingkat profitabilitas perusahaan (*return on equity*) dan Proporsi kepemilikan saham publik (*public ownership*), memberikan dukungan kepada *agency theory* maupun *signaling theory* atau *information content theory*. Semakin besar ukuran perusahaan cenderung meningkatkan *dividend payout* untuk mengurangi masalah keagenan. Semakin besar penggunaan hutang untuk membayarkan dividen menunjukkan semakin besar risiko perusahaan dan memberikan sinyal negatif kepada pemegang saham. Semakin besar keuntungan perusahaan perusahaan

memberikan sinyal positif kepada pemegang saham dan akhirnya semakin besar kepemilikan publik, akan meningkatkan masalah keagenan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aivazian, V., L. Booth and S. Cleary, 2003. Do Emerging Market Firms Follow Different Dividend Policies from U.S. firms?, *Journal of Financial Research* 26, pp. 139-148.
- Allen, F. and R. Mikhaely., 2003. Payout Policy, *Elsevier*, Amsterdam, pp. 337-429.
- Al-Kuwari, D., 2010. To Pay or Not to Pay: Using Emerging Market Panel Data to Identify Factors Influencing Corporate Dividend Payout Decisions, *International Research Journal of Finance and Economics*, pp. 19-32.
- Al-Malkawi, H., 2008. Factors Influencing Corporate Dividend Decision: Evidence from Jordania Panel Data, *International Journal of Business* 13, pp. 177-195.
- Brealey, R., and Myers, S., 2003. *Principle of Corporate Finance*, 7th Edition, New York: McGraw Hill.
- Brigham E.F., and Ehrhardt., M.C., 2005. *Financial Management: Theory and Practice*, International Student Edition, Singapore: South-Western Cengage Learning.
- Brigham E.F., and Houston, JF., 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jilid 2, Edisi 10, Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat.
- Chang, R.P., and Rhee, S.G., 1990, The

- Impact of Personal Taxes on Corporate Dividend Policy and Capital Structure Decisions, *Financial Management (Financial Management Association)*, 19(2), pp. 21-31.
- Fama, E. and K. French, 2001. Disappearing Dividends: Changing Firms Characteristics or Lower Propensity to Pay?, *Journal of Financial Economics* 60, pp. 3-43.
- Frankfurter, G. and Wood, B., 2002. Dividend Policy Theories and Their Empirical Test, *International Review of Financial Analysis* 11, pp. 111-138.
- Glen, J., Karmokolias, R. Miller, and S. Shah, 1995, Dividend Policy and Behavior in Emerging Markets, Discussion Paper No. 26, *International Financial Corporation*.
- Imam Ghozali, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jensen, M., 1986, Agency Costs of Free Cash Flow, Corporate Finance, and Takeovers, *American Economic Review* 76(2), pp. 323-329.
- Jensen, G., Solberg, D., and Zorn, T., 1992, Simultaneous Determination of Insider Ownership, Debt and Dividend Policies, *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 27, June, pp. 247-163.
- La Porta, R., F. Lopez-De-Silanes, A. Shleifer, and R. Vishny, 2000, Agency Problems and Dividend Policy Around the World, *Journal of Finance* 55, pp. 1-33.
- Naser, K., R. Nuseibeh and Al-Kuwari, 2004. Dividend Policy of Companies Listed on Emerging Stock Exchanges: Evidence from Banking Sector of the Gulf Cooperation Council, *Middle East Business and Economic Review* 16, pp. 1-12.
- Smith, C., and R. Watts, 1992, The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend and Compensation Policies, *Journal of Financial Economics* 32(3), pp. 1-22.

Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam Penentuan Penyaluran Kredit Perbankan

Studi Pada Bank Umum Di Indonesia Periode Tahun 2006 - 2011

Agus Murdiyanto

Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang

agus_murdiyanto88@yahoo.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of third-party funds (DPK), Adequasi Capital Ratio (CAR), Non Performing Loan (NPL), interest rate of Bank Indonesia Certificates (SBI) for Banking Credit Distribution. The data used are secondary data from Bank Indonesia include the National Banking Indicators, Indonesia Banking Statistics, Statistics Indonesia Monetary Economics, Banking Supervision Report. Test Results Statistike independent sample t-test showed the influence of hypothesis testing can be inferred deposits to credit deposits partially variables significant positive impact on the credit variable. Testing hypotheses CAR effect on credit can be inferred by partial variable CAR significant negative effect on the credit variable. Testing hypotheses about the impact of NPLs to loans concluded NPL variable partially significant negative effect on the credit variable. Testing hypotheses about the impact of interest rates on loans concluded SBI partially SBI variables have a significant positive impact on the credit variable. Results adjusted R² of 0.996, this means that 99% of the variation can be explained by variations in the credit of the four independent variables DPK, CAR, NPL, the SBI rate. While the remaining 1% is explained by reasons - other causes outside the model.

Keywords: Loans, DPK, CAR, NPL, SBI.

PENDAHULUAN.

Perekonomian di Indonesia yang tumbuh dan berkembang memerlukan lembaga keuangan bank sebagai jantung perekonomian yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk pembiayaan pembangunan. Dengan demikian, bank merupakan bagian dari lembaga keuangan yang dipercaya masyarakat dan memiliki fungsi intermediasi yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang surplus dalam bentuk simpanan (Giro, Tabungan dan Deposito) dan menyalurkan kembali dana tersebut

kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam bentuk kredit. Oleh karenanya bank harus beroperasi secara hati-hati agar dapat menjaga kesehatan bank sehingga terus mendapat kepercayaan dari masyarakat. Pertumbuhan perbankan di Indonesia terjadi pesat sejak Pakto 88 dimana pada saat itu pemerintah mempermudah pendirian bank baru sampai dengan menjelang krisis perbankan tahun 1997. Krisis perbankan tahun 1997/1998 menjadi tonggak sejarah kelam dalam kancan bisnis perbankan. Pemerintah pada waktu itu bertindak tegas bahkan tidak segan-segan untuk memberi sanksi berat kepada bank yang mempunyai

kinerja buruk bahkan ada beberapa bank yang harus dilikuidasi, hal ini bisa menjadi pelajaran sangat penting bagi bank-bank yang ada. Bank harus menerapkan prinsip kehati-hatian dalam menentukan kebijakan yang diambil terutama dalam kebijakan kredit. Kebijakan kredit adalah bagaimana bank menyalurkan dana dari masyarakat dan dapat kembali dalam keadaan aman, sehingga bank tidak ragu menyalurkan dananya jika memang kondisi calon debiturnya sudah diketahui dengan pasti feasibilitynya.

Krisis berawal jatuhnya Baht Thailand pada Juli 1997, kemudian rupiah terdepresiasi secara eksponensial, dari Rp2.400 per dollar AS pada pertengahan 1997 menjadi Rp16.000 per dollar pada Juni 1998, sehingga menyebabkan banyak kredit macet, turunnya likuiditas perbankan dan akhirnya menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sektor perbankan, dan berdampak pula menurunkan fungsi intermediasi perbankan. Saat itu masyarakat berbondong-bondong menarik dananya secara besar-besaran atau lebih dikenal *bank runs/bankrush* dari bank swasta nasional kemudian memindahkan dananya ke bank pemerintah atau bank asing yang dirasakan lebih mampu memberikan jaminan keamanan terhadap dana yang disimpan. Akibat pemindahan secara besar-besaran itu pada tahun 1998 dan 1999 pangsa pasar bank swasta nasional turun menjadi sekitar 41% dan 39%. Selanjutnya bank – bank menaikkan tingkat suku bunga simpanan guna menghindari *bank runs/bankrush*, yang otomatis diikuti kenaikan suku bunga kredit. Sehingga berdampak melambatnya penyaluran kredit perbankan yang diakibatkan ketidak mampuan sector

riil mengembalikan pokok dan tingginya bunga kredit.

Krisis keuangan global tahun 2008 membawa dampak terhadap melambatnya laju perekonomian, perbankan mengalami keketatan likuiditas. Terjadi penurunan kepercayaan masyarakat kepada perbankan akibat ada beberapa bank bermasalah seperti bank Century dan Bank IFI. Sehingga bank mulai berhati-hati dengan berusaha meningkatkan likuiditas dan cenderung memilih menaruh dananya di SBI.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang mencapai 6,5% pada tahun 2011, juga meningkatnya transaksi-transaksi perekonomian dan bertambahnya pendapatan di masyarakat suatu Negara, maka akan meningkatkan peran perbankan melalui pengembangan produk dan jasa perbankan. Sektor perbankan terus melakukan ekspansi usaha melalui pembukaan kantor di berbagai wilayah Indonesia. Perkembangan jumlah bank umum pada akhir tahun 2011 sebanyak 120 bank dengan jumlah kantor 14.797 yang tersebar diseluruh Indonesia.

Tahun 2011, kinerja perbankan menunjukkan perkembangan yang positif. Kondisi keuangan global yang masih melemah seiring berlarutnya krisis utang di Eropa dan melemahnya perekonomian AS terlihat belum memberikan dampak yang signifikan bagi perbankan Indonesia. Stabilitas sistem keuangan juga masih tetap terkendali tercermin dari berbagai pencapaian positif yang berhasil diraih perbankan sepanjang tahun 2011 (LPP, 2011)

Tabel 1 Indikator Utama Bank Umum*

(LAPORAN PENGAWASAN PERBANKAN TH 2011)

Indikator Utama	Des 2009	Des 2010	Des 2011
Total Aset (T Rp)	2,534,11	3,008,85	3,652,83
DPK (T Rp)**	1,973,04	2,338,82	2,784,91
Kredit(T Rp)**	1,437,93	1,765,84	2,200,09
CAR (%)	17,42	17,18	16,05
NPLgross (%)*	3,31	2,56	2,17
NPL net (%)**	0,33	0,26	0,39
ROA (%)	2,60	2,86	3,03
BOPO (%)	86,63	86,14	85,42
LDR (%)	72,88	75,50	79,00

*Data mencakup Bank Umum Konvensional dan bank Umum Syariah

** Tanpa kredit *channeling*

Dari tabel 1 diatas menunjukkan bahwa fungsi intermediasi Bank Umum semakin membaik yang ditunjukkan oleh meningkatnya penyaluran kredit dan penghimpunan DPK tahun 2011. Penghimpunan DPK tumbuh 19,07% menjadi Rp 2,784,91 Triliun atau lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan DPK tahun 2010 sebesar 18,53% sementara Kredit perbankan tumbuh 24,59% menjadi Rp2.200,09 Triliun atau lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan tahun 2010 sebesar 22,80%. Membaiknya kondisi perekonomian mendorong meningkatnya permintaan kredit dari masyarakat dan penawaran kredit dari perbankan (LPP, 2011).

Pertumbuhan kredit selama tiga tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi dan masih memiliki ruang yang cukup untuk ditingkatkan. Hal ini tercermin dari LDR selama tiga tahun sebagai berikut tahun 2009 LDR 72,88 tahun 2010 LDR 75,50 dan tahun 2011 LDR 79,00.

Dari sisi permodalan yang terjadi di Perbankan Indonesia mengalami sedikit penurunan, CAR perbankan tahun 2009 dari 17,42, CAR perbankan tahun 2010 turun

menjadi 17,18% pada Desember 2010 dan turun lagi menjadi 16,05% pada akhir 2011, namun masih jauh di atas ketentuan rasio kecukupan modal minimum sebesar 8%. Penurunan CAR tersebut disebabkan oleh meningkatnya Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR) yang cukup besar akibat ekspansi kredit perbankan dan penerapan perhitungan risiko operasional.

Sementara itu, kualitas kredit selama tiga tahun terakhir tetap terkendali dan mengalami penurunan dengan NPL yang cukup rendah yaitu pada tahun 2009 NPL Gross 3,31% NPL Net 0,33%, 2010 NPL Gross 2,56% NPL Net 0,26% dan 2011 NPL Gross 2,17% NPL Net 0,39%. Sejalan dengan hal tersebut, profitabilitas tercatat cukup tinggi sehingga dapat mendukung permodalan bank.

Sertifikat Bank Indonesia (SBI) adalah surat berharga dalam mata uang Rupiah yang diterbitkan oleh Bank Indonesia sebagai pengakuan utang berjangka waktu pendek. SBI diterbitkan oleh BI sebagai salah satu piranti Operasi Pasar Terbuka, kegiatan transaksi di pasar uang yang dilakukan oleh BI dengan bank dan pihak lain dalam rangka pengendalian moneter. Tingkat suku bunga ini ditentukan oleh mekanisme pasar berdasarkan sistem lelang (PBI No. 4/10/PBI/2002).SBI merupakan instrumen yang menawarkan *return* yang cukup kompetitif serta bebas risiko (*risk free*) gagal bayar (Ferdian, 2008). Suku bunga SBI yang terlalu tinggi membuat perbankan betah menempatkan dananya di SBI ketimbang menyalurkan kredit (Sugema, 2010).

Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah dan bukti

empiris sebelumnya maka permasalahan yang diteliti adalah :

1. Bagaimana Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh terhadap penyaluran kredit?
2. Bagaimana *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh terhadap penyaluran kredit?
3. Bagaimana *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh terhadap penyaluran kredit?
4. Bagaimana pengaruh suku bunga Sertifikat Bank Indonesia (SBI) berpengaruh terhadap penyaluran kredit ?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap penyaluran kredit.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap penyaluran kredit.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Non Performing Loan* (NPL) terhadap penyaluran kredit.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh suku bunga Sertifikat Bank Indonesia (SBI) terhadap penyaluran kredit.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat:

1. Bagi ilmu manajemen khususnya Manajemen Perbankan, Manajemen Dana Bank, Manajemen Perkreditan maupun Praktikum Perbankan memberikan gambaran mengenai faktor - faktor yang

berpengaruh terhadap penyaluran kredit Bank Umum.

2. Bagi kalangan perbankan dan Bank Indonesia selaku pengambil kebijakan memberikan gambaran mengenai penyaluran kredit Bank Umum dan faktor - faktor yang berpengaruh terhadap penyaluran kredit perbankan.

3. Bagi penelitian yang berhubungan dengan penyaluran kredit perbankan, digunakan sebagai pembandingan hasil riset penelitian sebelumnya.

4. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan wacana atau gambaran mengenai penyaluran kredit Bank Umum dan faktor - faktor yang berpengaruh terhadap penyaluran kredit perbankan.

KAJIAN PUSTAKA DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perkreditan

Menurut UU perbankan No.10 Tahun 1998 menyebutkan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan perjanjian pinjam-meminjam antara pihak bank dengan pihak lain, peminjam berkewajiban melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan sejumlah bunga.

Kredit yang diberikan oleh bank mengandung resiko, sehingga dalam pelaksanaannya harus memperhatikan asas-asas perkreditan yang sehat. Agar pemberian kredit dapat dilaksanakan secara konsisten dan berdasarkan asas-asas perkreditan yang sehat, maka setiap bank diwajibkan membuat suatu kebijakan perkreditan secara tertulis yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam pemberian kredit sehari-hari. (Mudrajat

Kuncoro dan Suharjono, 2002)

Oleh karenanya dalam penyaluran kredit harus dilakukan analisis yang mendalam agar kredit yang disalurkan aman. Proses perkreditan dilakukan bank dengan prinsip kehati-hatian dengan maksud untuk mencapai sasaran dan tujuan pemberian kredit. Ketika bank menetapkan keputusan pemberian kredit maka sasaran yang hendak dicapai adalah aman, terarah dan menghasilkan pendapatan. Aman dalam arti bahwa bank akan dapat menerima kembali nilai ekonomi yang telah diserahkan, terarah maksudnya adalah bahwa penggunaan kredit harus sesuai dengan perencanaan kredit yang telah ditetapkan, dan menghasilkan berarti pemberian kredit tersebut harus memberikan kontribusi pendapatan bagi bank, perusahaan debitur dan masyarakat umum (Taswan, 2010).

Selanjutnya dalam penerapan prinsip kehati-hatian dalam pemberian kredit tersebut, juga harus diatur bahwa semua pejabat bank yang terkait dengan perkreditan termasuk anggota Dewan Komisaris dan Dewan Direksi harus:

1. Mentaati etika pemberian kredit yang meliputi hal-hal: a). Melaksanakan kemahiran profesionalnya di bidang kredit secara jujur, obyektif cermat dan seksama, b). Menyadari dan memahami sepenuhnya Undang-undang tentang Perbankan serta menjauhkan diri dari perbuatan-perbuatan yang dilarang dalam Undang-undang tersebut.
2. Menyadari bahwa setiap pemberian kredit kepada peminjam manapun dan atau kelompok apapun hendaknya benar-benar didasarkan pada asas-asas kredit yang sehat, didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang obyektif dan independen serta profesionalisme perbankan.

3. Menyadari bahwa profesionalisme perbankan merupakan tuntutan bagi pejabat bank dalam hal penguasaan kondisi usaha peminjam, obyektivitas dari analisis/putusan yang diambil, kemandirian dalam mengambil sikap/putusan, pemahaman aspek legal perkreditan dan ketertiban pelaksanaan kepatuhan terhadap peraturan.

4. Menyadari bahwa dalam memberikan persetujuan kredit, pejabat bank tidak boleh terpengaruh oleh permintaan-permintaan dari pihak manapun yang dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan.

5. Menyadari bahwa peningkatan kemampuan dan pengalaman pejabat kredit merupakan kebutuhan dan tanggung jawab setiap pejabat bank. Disamping itu peningkatan kemampuan dan pengalaman pejabat kredit yang lebih junior merupakan kewajiban dan tanggung jawab pejabat kredit yang lebih senior. (Mudrajat Kuncoro dan Suharjono, 2002)

Dana Pihak Ketiga (DPK)

DPK adalah dana yang banyak tersedia di masyarakat baik perorangan maupun badan usaha yang merupakan sumber dana terpenting dan terbesar dalam kegiatan operasional suatu bank. Bank dikatakan berhasil apabila mampu membiayai operasinya dari sumber dana tersebut.

Sesuai Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank (DPK) dapat berupa giro, tabungan, dan deposito. Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindah bukuan. Tabungan adalah

simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Sedangkan Sertifikat Deposito adalah simpanan dalam bentuk deposito yang sertifikat bukti penyimpannya dapat dipindah tangankan (UU Pokok Perbankan 1998)

Bank yang telah berhasil melakukan penghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito harus ditindak lanjuti dengan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk kredit. Kegiatan penyaluran dana ini dikenal juga dengan istilah alokasi dana yaitu menjual dana yang telah berhasil dihimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menjual kembali dana tersebut dalam bentuk pinjaman atau kredit dan ini merupakan fungsi intermediasi bank dan bertujuan agar perbankan dapat memperoleh keuntungan seoptimal mungkin. Semakin besar dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat semakin besar pula kredit yang harus disalurkan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Dewi Anggrahini, Mohamad Sudarto (2004), Budiawan (2008), Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007), Billy Arma P (2010) menunjukkan hasil yang sama bahwa DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit

Capital Adequacy Ratio (CAR)

Capital Adequacy Ratio adalah rasio yang memperhitungkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung resiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain). ikut dibiayai dari dana modal sendiri bank disamping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber diluar bank, seperti masyarakat, pinjaman (utang), dan lain-lain. (Dendawijaya, 2005).

Tingginya CAR menunjukkan semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap kredit/aktiva produktif yang berisiko. Jika nilai CAR tinggi maka bank tersebut mampu membiayai kegiatan operasional dan memberikan kontribusi yang cukup besar bagi profitabilitas.

CAR yang tinggi menunjukkan bank mempunyai permodalan yang besar, semakin tinggi CAR semakin besar kredit yang disalurkan. Sebaliknya CAR yang rendah menunjukkan bank tidak memiliki permodalan yang cukup untuk penyaluran kredit.

Surat Edaran Bank Indonesia No. 26/5/BPPP tanggal 29 Mei 1993 besarnya CAR yang harus dicapai oleh suatu bank minimal 8% sejak akhir tahun 1995, dan sejak akhir tahun 1997 CAR yang harus dicapai minimal 9%. Peraturan Bank Indonesia No. 3/21/PBI 2001 besarnya CAR perbankan untuk saat ini minimal 8%, sedangkan dalam aturan Arsitektur Perbankan Indonesia (API) untuk menjadi bank Bank Umum harus memiliki CAR minimal 12%.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan

Budiawan (2008), CAR berpengaruh positif signifikan terhadap penyaluran kredit sedangkan Indah Lestari, Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007) Billy Arma P (2010) CAR berpengaruh negatif terhadap penyaluran kredit

Non Performing Loan (NPL)

Menurut (Darmawan, 2004) NPL merupakan tolok ukur yang dipergunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam meng-cover risiko kegagalan pengembalian kredit oleh debitur. NPL mencerminkan risiko kredit, semakin kecil NPL semakin kecil pula risiko kredit yang ditanggung pihak bank. Bank dalam memberikan kredit harus melakukan analisis terhadap kemampuan debitur untuk membayar kembali kewajibannya. Setelah kredit diberikan bank wajib melakukan pemantauan terhadap penggunaan kredit serta kemampuan dan kepatuhan debitur dalam memenuhi kewajibannya. Bank melakukan peninjauan, penilaian, dan pengikatan terhadap agunan untuk memperkecil risiko kredit (Ali, 2004). Ketentuan Bank Indonesia NPL berada pada posisi 5%. Semakin rendah NPL menunjukkan kredit yang disalurkan berhasil dan aman sehingga bank tidak ragu menyalurkan kreditnya.

Selanjutnya apabila terjadi NPL yang tinggi perbankan harus menyediakan dana cadangan yang cukup besar yang akan dipakai untuk menutup kredit bermasalah atau kredit macet dan bisa menggerus modal bank. Padahal, besaran modal bank sangat mempengaruhi pengembangan usaha bank khususnya penyaluran kredit. Apabila NPL mengalami peningkatan yang tinggi, bank

dengan prinsip kehati-hatian hanya akan menyalurkan kredit kepada nasabah yang benar-benar feasible.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Mohamad Sudarto (2004) NPL berpengaruh positif signifikan terhadap penyaluran kredit sedangkan yang dilakukan Harmanta dan Ekananda (2005), Budiawan (2008), Indah Lestari, Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007), Billy Arma P (2010) NPL berpengaruh negatif signifikan terhadap penyaluran kredit

Suku bunga SBI

SBI merupakan surat berharga dalam mata uang Rupiah yang diterbitkan oleh BI. Jangka waktu SBI sekurang-kurangnya 1 bulan dan paling lama 12 bulan. SBI diterbitkan tanpa warkat (scripless) dan perdagangannya dilakukan dengan sistem diskonto. SBI dapat dimiliki oleh bank dan pihak lain yang ditetapkan oleh BI dan dapat dipindahtangankan (negotiable).

Sertifikat Bank Indonesia (SBI) memiliki dimensi yang luas. Di satu sisi hal tersebut dipergunakan Bank Indonesia sebagai piranti kebijakan moneter melalui Operasi Pasar Terbuka (OPT). Di sisi lain SBI dimanfaatkan oleh para investor sebagai sarana investasi jangka pendek, terutama bagi perbankan yang memiliki kelebihan likuiditas yang bersifat sementara.

Kebijaksanaan pengenaan suku bunga SBI ditentukan oleh Bank Indonesia, umumnya hanya diberikan sebagai pedoman bagi Bank - bank Umum Pemerintah, walaupun kemudian juga dijadikan sebagai landasan bagi Bank – bank Swasta (dalam hal ini termasuk Bank Swasta Nasional Devisa).

Penetapan tingkat suku bunga ini disebut sebagai tingkat suku bunga dasar atau tingkat suku bunga acuan (Sinungan, 2000). Sedangkan nilai riilnya tercermin dalam tingkat suku bunga SBI.

Tingkat suku bunga ini ditentukan oleh mekanisme pasar berdasarkan sistem lelang. SBI merupakan instrumen yang menawarkan *return* yang cukup kompetitif serta bebas risiko (*risk free*) gagal bayar. Fakta mengungkapkan bahwa saat ini banyak institusi keuangan sudah menganggap SBI sebagai salah satu instrumen investasi yang menarik (Ferdian, 2008). Suku bunga SBI yang terlalu tinggi membuat perbankan betah menempatkan dananya di SBI ketimbang menyalurkan kredit (Sugema, 2010).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Dewi Anggrahini suku bunga SBI berpengaruh positif signifikan terhadap penyaluran kredit sedangkan yang dilakukan Billy Arma P (2010) suku bunga SBI berpengaruh negative signifikan Harmanta dan Ekananda (2005), Mira Masyita (2008) berpengaruh negatif signifikan terhadap penyaluran kredit.

Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini akan menguji pengaruh DPK, CAR, NPL dan suku bunga SBI terhadap penyaluran Kredit, sebelum krisis global 2006-2007, saat krisis keuangan global 2008-2009 dan pasca krisis 2010-2011. Periode tersebut dipilih apakah kurun waktu tersebut indikator-indikator perbankan menunjukkan gejala, maka ada

empat hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini, keempat hipotesis tersebut adalah:

- H1: DPK berpengaruh positif terhadap kredit perbankan.
- H2: CAR berpengaruh positif terhadap kredit perbankan.
- H3: NPL berpengaruh negatif terhadap kredit perbankan.
- H4 : Suku bunga SBI berpengaruh negatif terhadap kredit perbankan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Bank Umum dengan memakai metode sensus pada periode penelitian 2006-2011. Penelitian memakai 72 waktu amatan ($N = 72$) (bulan Januari - Desember periode tahun 2006 - 2011).

Bank Umum yang dipakai sebagai obyek penelitian meliputi Bank Persero, BUSN Devisa, BUSN Non Devisa, BPD, Bank Campuran, dan Bank Asing. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data sekunder Bank Umum di Indonesia yang meliputi Dana Pihak Ketiga (DPK), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Non Performing Loan* (NPL), dan data sekunder suku bunga Sertifikat Bank Indonesia (SBI), yang diperoleh dari Statistik Perbankan Indonesia, Statistik Ekonomi Moneter Indonesia periode tahun 2006 - 2011 (bulanan) serta Laporan Pengawasan Perbankan Indonesia dengan mengakses www.bi.go.id.

Model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda (*multiple regression analysis model*) dengan persamaan kuadrat

terkecil (*Ordinary Least Square*) dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

dimana:

Y = Penyaluran Kredit

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien Regresi

X_1 = Data Pihak Ketiga(DPK)

X_2 = Modal (CAR)

X_3 = NPL

X_4 = Suku Bunga SBI

e = *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dan asumsi klasik, maka data memenuhi unsur-unsur tersebut. Dimana data berdistribusi normal dan terbebas dari persoalan autokorelasi, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Sehingga analisis dapat dilanjutkan kejenjang berikutnya, yaitu analisis regresi dan pengujian *goodness of fit*. Analisis regresi dilakukan dengan menempatkan Penyaluran Kredit sebagai variabel dependen, dan DPK, CAR, NPL dan suku bunga SBI variabel dependen. Hasil analisis regresi dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2 Hasil Pengujian Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
	-111755.156	89439.638		-1.250	.216
DPK	.909	.017	.944	54.610	.000
CAR	-14531.530	3406.827	-.065	-4.265	.000
NPL	-19686.821	4188.475	-.085	-4.700	.000
SBI	19192.544	3106.463	.092	6.178	.000

a. Dependent Variable: KREDIT

Dari tabel 2 diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :
KREDIT = -111.755,15 + 0,909 DPK

- 14.531,53 CAR - 19.686,82 NPL+ 19.192,54 SBI

Berdasarkan table 3 diatas persamaan regresi linier berganda di atas diperoleh koefisien regresi DPK sebesar (+)0,909. Koefisien tersebut mengindikasikan adanya hubungan positif antara variabel DPK terhadap penyaluran kredit. Koefisien regresi CAR sebesar (-)14.531,53. Koefisien tersebut mengindikasikan adanya hubungan negatif antara variabel CAR terhadap penyaluran kredit. Koefisien regresi NPL sebesar (-)19.686,82 Koefisien tersebut mengindikasikan adanya hubungan negatif antara variable NPL terhadap penyaluran kredit. Dan koefisien regresi SBI sebesar (+)19.192,54. Koefisien tersebut mengindikasikan adanya hubungan positif antara variabel SBI terhadap penyaluran kredit.

Pengujian model untuk menguji kesesuaian model (*goodness of fit*) dilakukan dengan menguji koefisien determinasi dan ANOVA. Koefisien determinasi untuk mengetahui nilai *R-square* dan ANOVA untuk mengetahui nilai F atau *sig-F*.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Table 4 berikut ini.

Tabel 3 Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.998 ^a	.996	.996	27710.84573	.989

a. Predictors: (Constant), SBI, CAR, DPK, NPL

b. Dependent Variable: KREDIT

Berdasarkan Tabel 3 tersebut di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,996. Hal ini berarti bahwa 99%

variasi penyaluran kredit bisa dijelaskan oleh variasi dari ke empat variabel independen dalam model, yaitu DPK, CAR, NPL dan suku bunga SBI. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 1% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Tabel 4 Hasil Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	ANOVA ^a		
			Mean Square	F	Sig.
1	13265854962994.010	4	3316463740748.502	4.318,92	.000^a
	51448693080.309	67	767890971.348		
Total	13317303658074.318	71			

a. Predictors: (Constant), SBI, CAR, DPK, NPL

b. Dependent Variable: KREDIT

Hasil uji ANOVA dilakukan untuk mengetahui nilai F yang akan digunakan untuk menentukan apakah model regresi tersebut layak atau tidak digunakan. Hasil Pengujian ANOVA dapat dilihat pada Tabel 5 tersebut di atas diperoleh nilai Fhitung sebesar 4.318,92 dengan signifikansi F (*sig-F*) sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak untuk memprediksi variabel dependen kredit atau secara bersama-sama variabel independen DPK, CAR, NPL, suku bunga SBI berpengaruh terhadap variabel dependen kredit.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan bilai t_{tabel} dan t_{hitung} atau dengan melihat nilai signifikansi t (*sig-t*).

Hipotesis 1: DPK berpengaruh positif terhadap kredit perbankan Berdasarkan Uji - t sebesar (+)0,909 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung bertanda positif, maka secara parsial variabel independen DPK berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen kredit. Dengan demikian

hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Dewi Anggrahini, Mohamad Sudarto (2004), Budiawan (2008), Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007), Desi Arisandi (2008), Billy Arma P (2010) berpengaruh positif signifikan.

Hipotesis 2 : CAR berpengaruh negatif terhadap kredit perbankan Berdasarkan Uji - t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar (-)14.531,53 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung bertanda negatif, maka secara parsial variabel independen CAR berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel dependen kredit. Dengan demikian hipotesis ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Budiawan (2008), Desi Arisandi (2008)

Hipotesis 3: NPL berpengaruh negatif terhadap kredit perbankan Berdasarkan Uji - t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar (-)19.686,82 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung bertanda negatif, maka secara parsial variabel independen NPL berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel dependen kredit. Dengan demikian hipotesis ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Mohamad Sudarto (2004) berpengaruh positif signifikan

Hipotesis 4 : Suku bunga SBI berpengaruh positif terhadap kredit perbankan Berdasarkan Uji - t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar (+)19.192,54 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial variabel independen suku bunga SBI berpengaruh positif terhadap

variable dependen kredit. Dengan demikian hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi Anggrahini berpengaruh positif signifikan dan tidak sejalan dengan Billy Arma P (2010) berpengaruh negative signifikan sedangkan Harmanta dan Ekananda (2005), Mira Masyita (2008) berpengaruh negatif signifikan.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan:

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tersebut diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dana pihak ketiga (DPK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit. Berarti semakin banyak dana pihak ketiga yang bisa dihimpun bank, maka semakin banyak kredit yang disalurkan.
2. CAR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penyaluran kredit. Berarti dengan tingginya CAR sebesar rata-rata 18% diatas ketentuan minimal yang ditetapkan BI yaitu 8%, maka kecukupan modal dipakai untuk memberikan kredit apabila ada lonjakan kredit yang besar, pengembangan usaha lainnya atau dipakai untuk menampung risiko kerugian dana yang diakibatkan oleh kegiatan operasi bank, karena kredit banyak dibiayai oleh DPK.
3. NPL berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penyaluran kredit. Berarti dengan rendahnya NPL dibawah 5%, ini adalah pertanda yang positif untuk meningkatkan jumlah kredit yang disalurkan, ini pun bisa terjadi jika ada peningkatan dana pihak ketiga karena sebagian besar kredit dibiayai DPK.
4. Suku bunga SBI berpengaruh

positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit. Berarti semakin rendah suku bunga SBI, maka semakin banyak kredit yang disalurkan karena bank tidak akan menempatkan dananya pada SBI dan lebih memilih pada penyaluran kredit.

5.

Implikasi

Setelah mengkaji hasil penelitian ini, maka implikasi yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa dana pihak ketiga (DPK), suku bunga SBI berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit. Sedangkan CAR dan NPL secara statistic tidak berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit.
2. Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep dan logika kegiatan operasional bank, dimana sumber utama dalam penyaluran kredit perbankan adalah DPK, jika DPK yang berhasil dihimpun besar maka semakin besar pula jumlah kredit yang disalurkan. Oleh sebab itu dengan berbagai cara Bank Umum melakukan penghimpunan DPK. Misalnya dilakukan dengan cara *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, pelayanan prima, suku bunga simpanan yang menarik, pemberian hadiah, dan membuka layanan yang luas dan mudah dijangkau, guna menarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan Dewi Anggrahini, Mohamad Sudarto (2004), Budiawan (2008), Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007), Desi Arisandi (2008), Billy Arma P (2010).
3. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penyaluran kredit, CAR merupakan

rasio permodalan yang menunjukkan kemampuan bank dalam menyediakan dana untuk keperluan pengembangan usaha dan menampung risiko kerugian dana yang diakibatkan oleh kegiatan operasi bank. Tingginya CAR rata-rata sebesar 18,92% mengindikasikan adanya sumber daya finansial (modal) yang *idle*. Kondisi CAR yang cukup tinggi jauh diatas ketentuan minimal yang disyaratkan oleh Bank Indonesia sebesar 8%, mengharuskan Bank Umum untuk lebih optimal dalam memanfaatkan kegunaan sumber daya finansial (modal) yang dimiliki melalui penyaluran kredit (sektor produktif). Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep dan logika kegiatan operasional bank dimana terdapat sumber daya finansial (modal) yang *idle* maka bank berusaha mencari solusi untuk penyaluran kredit. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan Budiawan (2008), Desi Arisandi (2008) dan tidak sesuai yang dilakukan Indah Lestari, Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007) Billy Arma P (2010).

4. *Non Performing Loan (NPL)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penyaluran kredit, NPL merupakan faktor yang mendukung penyaluran kredit perbankan. Semakin rendah NPL maka semakin besar jumlah kredit yang disalurkan. Bank Umum diharuskan memiliki manajemen perkreditan yang baik, agar tingkat NPL-nya tetap berada dalam batas maksimal yang disyaratkan oleh Bank Indonesia sebesar 5%. Dengan demikian Bank Umum dapat menyalurkan kredit secara optimal. Hasil penelitian ini menunjukkan NPL masih dibawah ketentuan BI yaitu sebesar rata-rata Th 2006-2011 4,46% dan kalau dilihat dari tahun ke tahun NPL pada Januari

2010 3,47% dan menurun terus sampai Desember 2011 pada angka 2,17% hal ini seiring dengan membaiknya pertumbuhan perekonomian di Indonesia sehingga sektor usaha mampu mengembalikan kredit. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan Mohamad Sudarto (2004) dan tidak sesuai dengan yang dilakukan Harmanta dan Ekananda (2005), Budiawan (2008), Indah Lestari, Fransiska dan Hasan Sakti Siregar (2007), Desi Arisandi (2008) Billy Arma P (2010) berpengaruh negatif signifikan,

5. Suku bunga SBI berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep dan logika kegiatan operasional bank, yaitu suku bunga SBI yang rendah yang biasanya diikuti BI rate akan berdampak penyaluran kredit yang lebih besar. Suku bunga SBI rata-rata kurun waktu 2006-2011 hanya 8,30% dan cenderung berangsur-angsur mengalami penurunan mulai Juni 2009 sebesar 6,97% sampai Desember 2011 turun menjadi 5,03%. Bank tidak akan memarkir dananya pada SBI tetapi bank akan lebih memilih menyalurkan dananya kepada kredit. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan Dewi Anggrahini, dan tidak sesuai dengan yang dilakukan Billy Arma P (2010) berpengaruh negative signifikan Harmanta dan Ekananda (2005), Mira Masyita (2008) berpengaruh negatif signifikan

Keterbatasan

Dalam penelitian ini masih terdapat berbagai kelemahan dan kekurangan walaupun penulis sudah berusaha melakukan dengan semaksimal mungkin dengan berbagai upaya untuk membuat penelitian ini menjadi sempurna. Penulis menyadari bahwa keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan periode amatan dari bulan Januari – Desember tahun 2006– 2011 (72 waktu amatan). Oleh karena itu penelitian ini hanya mampu menggambarkan kondisi penyaluran kredit Bank Umum selama periode tersebut. Faktor - faktor yang mempengaruhi penyaluran kredit juga dipengaruhi oleh kondisi periode penelitian yang digunakan.

2. Penulis mempunyai keterbatasan dalam melakukan pengetahuan yang kurang, penelaahan penelitian, literature yang kurang, waktu dan tenaga. Hal tersebut menjadi hambatan dalam melakukan penelitian yang mendekati sempurna.

3. Terlepas dari adanya kekurangan penelitian ini bisa menjadi gambaran tentang penyaluran kredit selama periode 2006-2011.

Agenda penelitian berikutnya adalah Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap profitabilitas bank.

DAFTAR PUSTAKA

Anggrahini, Dewi. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penyaluran Kredit Perbankan pada Bank Umum di Indonesia Periode 1994.1 – 2003.4

Bank Indonesia, 1998, Surat Edaran Bank Indonesia No. 30/23/UPPB tanggal 19 Maret 1998. Jakarta

Bank Indonesia, 2004, Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004. Jakarta

Bank Indonesia. 2002. Peraturan Bank Indonesia No. 4/10/PBI/2002. Jakarta

Bank Indonesia. 2004. Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP tanggal 31 Mei

2004. Jakarta

Bank Indonesia. 2005. Peraturan Bank Indonesia No. 7/2/PBI/2005. Jakarta

Budiawan.2008. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penyaluran Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus pada BPR di Wilayah Kerja BI Banjarmasin). Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang

Dendawijaya, Lukman. 2005. Manajemen Perbankan. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia

Ferdian, Ilham Reza. 2008. SBI, Instrumen Moneter atau Instrumen Investasi. Republika. Senin 21 Juli 2008

Francisca dan Hasan. 2007. Pengaruh Faktor Internal Bank terhadap Volume Kredit pada Bank yang Go Public di Indonesia. Jurnal Akuntansi6, Universitas Sumatera Utara.

Ghozali, Imam. 2010. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Harmanta dan Mahyus Ekananda. 2005. Disintermediasi Fungsi Perbankan di Indonesia Pasca Krisis 1997 : Faktor Permintaan atau Penawaran Kredit, Sebuah Pendekatan dengan Model Disequilibrium. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. Juni 2005

Kartasasmita, Ginandjar. 2002. Krisis Ekonomi dan Masa Depan Ekonomi Indonesia, Disampaikan pada Kuliah

- Perdana Program Magister Manajemen Universitas Padjajaran Bandung, 5 Januari 2002
- Kasmir. 2008. Bank & Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir, 2002. Manajemen Perbankan. Edisi Kelima, Cetakan Pertama, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat dan Suhardjono, 2002, Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi. Lestari, Indah. Analisis Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Non Performing Loan (NPL) terhadap Tingkat Penyaluran Kredit pada Bank - Bank Umum di Indonesia
- Levine, Ross, *Financial Development and Economic Agenda*, Journal of Economic Literature vol. 35, Tahun 1997
- Manurung, Mandala, Prathama Rahardja. 2004. Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia). Jakarta : Penerbit FE UI
- Mashud, Ali. 2004. Asset Liability Management : Menyiasati Risiko Pasar dan Risiko Operasional. Jakarta : PT. Gramedia
- Masyitha, Mira. Analisis Pengaruh Suku Bunga SBI dan Faktor – Faktor Penawaran Kredit Perbankan terhadap Realisasi Penyaluran Kredit di Jawa Timur
- Pratama, Arma Billy. 2010. Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Penyaluran Kredit Perbankan. Jurnal, Universitas Diponegoro
- Purna, Ibnu, Hamidi, Prima. 2009. Pengaruh Krisis Keuangan Global terhadap Sektor Finansial di Indonesia. Sekretariat Negara Republik Indonesia. 5 Mei 2009
- Retnadi, Djoko. 2006. Perilaku Penyaluran Kredit Bank. Jurnal Kajian Ekonomi 2006 Sihombing, Jonker, LPPI Segi-segi Hukum Setifikat Bank Indonesia (SBI)
- Sinungan, Muchdarsyah. 2000. Manajemen Dana Bank. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Soedarto, Mochamad. 2004. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penyaluran Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus pada BPR di Wilayah Kerja BI Semarang). Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang
- Sugema, Imam. 2010. BI Masih Pertahankan Bunga SBI. Kontan. 8 Januari 2010
- Susilo, Y. Sri, Sigit Triandaru, dan A. Totok Budi Santoso. 2006. Bank & Lembaga Keuangan Lain. Jakarta : Salemba Empat
- Taswan. 2010. Manajemen Perbankan. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, Tanggal 10 Nopember 1998. Jakarta
- www.bi.go.id. Indikator Perbankan Nasional

www.bi.go.id. Statistik Perbankan
Indonesia

www.bi.go.id. Laporan Pengawasan
Perbankan 2011

www.bi.go.id. Statistik Ekonomi Moneter
Indonesia

www.bi.go.id. Surat Edaran dan Peraturan
Bank Indonesia

Corporate Social Responsibility (Csr) Information Disclosure Among Industry Classification By Annual Reports Of Public Companies Listed At Indonesia Stock Exchange (Idx)

Ali Mohammed Abulgasim Abusbaiha
(*International Student of Brawijaya University*)
AliABB85@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini ingin mencapai dua tujuan. Pertama, untuk membandingkan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial antara perusahaan dalam kelompok industri dasar dan kimia dengan perusahaan-perusahaan dalam kelompok industri lain. Kedua adalah untuk menganalisis perbedaan jumlah pengungkapan informasi tanggung jawab sosial antara perusahaan dalam kelompok industri dasar dan kimia dengan perusahaan dalam kelompok industri lain. Populasi penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sample diambil dengan metode purposive sampling dan diperoleh sample 60 perusahaan yang terdiri dari: 30 perusahaan bidang kimia dan 30 perusahaan non industri kimia. Analisis data dilakukan dengan pengujian beda data berpasangan (paired T-test.) Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam penyajian jumlah pengungkapan sosial antara perusahaan dalam kelompok industri kimia dengan kelompok non industri kimia. Oleh karena itu, hipotesis diterima. Hasil penelitian ini secara teoritis berharap akan memberikan kontribusi pengetahuan tentang jumlah, cara, dan alasan di balik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terutama di perusahaan-perusahaan dalam kelompok industri dasar dan kimia dengan perusahaan-perusahaan dalam kelompok industri non-kimia. Praktek pengungkapan pada perusahaan tersebut diatas diharapkan akan menjadi pertimbangan dan stimulasi dalam proses pembuatan – kebijakan untuk meningkatkan perhatian tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci : *pengungkapan tanggung jawab sosial, industri dasar, industri non-kimia*

INTRODUCTION

The impact of company's roles on society is a growing global concern the expectations of consumers, employees, investors, and local communities on the role of businesses in society are increasing. Guidelines, principles, and codes are being developed for corporate conduct. Governments and non-governmental organizations (NGOs) are demanding increased transparency and accountability about both a company's

daily operations and the impact of these operations on society. Professional organizations carry out social audits, governments legislate for mandatory social reports, rating agencies rank corporations, and companies themselves publish an increasing number of reports on their social performance. This attention to the impact of companies on society has led to the emergence of an important concept in business literature over the last

three decades; this is the corporate social responsibility (CSR) (Hassan, 2010).

The study into the extent of CSR among Thai companies and the trends in CSR over a five-year period indicated an overall trend towards increasing levels of corporate social disclosure among the top 40 Thai companies. However, the research data showed different trends in different industries. The theme of human resources dominated Thai company disclosure, comparable to earlier cross cultural research. Declarative, good news disclosures likewise predominated. The results across industry sectors showed a concurrence with the view of accountability to stakeholders since the key themes of disclosure reflected the key areas of exposure of the particular industry sectors. the manufacturing sector had the highest disclosure of the industry sectors with the dominant theme of the environment. The service sector had the lowest disclosure on the environment theme. Legitimacy theory, political economy theory and the recession of 1998 all contribute to an understanding of the factors impacting on Thai CSR. Corporate social disclosure is clearly a complex activity that cannot fully be explained by a single theoretical perspective or from a single level of resolution (Ratanajongkol, *et.al.* 2006).

The birth of the social-economic accounting is the result of the effort to accommodate the corporate needs in assuming social accountability to the people. So far, the accounting products are managerial means to account for the corporate economic performance to the investors, creditor and the government. Thanks to The birth of

social- economic accounting, however, the accounting products can also be used by the management as a means to account for corporate social performance to all competent and interested entities, including the employees, people, and consumers. The study into social disclosure were much conducted in various countries with varieties of ways and one of them is survey, content analysis of the corporate annual report, expert evaluation, and so forth. Some researchers of social disclosure are interested to examine it at various corporations with different characteristics (Murtanto, 2004).

The last thing that differ these two researches is the development of Corporate Social Responsibility (CSR) itself. For this moment, the disclosure of CSR activities has been conducted by many kinds of industries, such as banks, and certain service companies (which are segmented in chemical- variety industry group) that have a high CSR activity. Accounting as the responsibility device has functioned as main control toward company's activities. Management responsibility is not only limited to company's fund management toward its investor and creditor, but also include impacts to social and natural environment which are resulted from company's activities (Mirfazli, 2008).

Utomo (2000) has done a research about social disclosure practice in Jakarta Stock Exchange and Surabaya Stock Exchange, where his social responsibility disclosure theme included the society, product, costumer, and labor, but without environmental theme, resulted that social responsibility disclosure practice was

higher in the high profile industries than low profile industries.

The difference between this research and the previous research are in the way of the sampling technique applied and the edition of annual report which being observed. One category of social responsibility classification that had added is environmental theme, and the base of research on group of business of high profile industries categorized registered in Indonesia Stock Exchange and also the measurement of social responsibility is no longer based on the disclosure location. Instead the research had conducted to annual report as a whole, and considering that not all categories of evaluation stated was exist in that segment. More or less this will make differences between this research and the previous one.

In this research, the author make the limitation of explanation to know how far the difference of amount and company's focus in conducting social responsibility information disclosure between companies in basic and chemical industries group And companies in non basic industries group without looking at the detail quality of disclosure.

The purpose of the study is to make the limitation of explanation to know how far the difference of amount and company's focus in conducting social responsibility information disclosure between companies in basic and chemical industries group and companies in non basic industries group without looking at the detail quality of disclosure. Therefore, Based on explanation

presented above, the problems which are going to be analyze are:

- a. What kinds of social responsibility information disclosure focus between the companies in basic chemical industries groups and companies in non- basic chemical industries groups?
- b. Are there any differences in serving amount of social responsibility information disclosure between companies in basic and chemical industries groups and companies in non- basic chemical industries groups?

THEORITICAL BACKGROUND AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Legitimacy Theory

Organizational legitimacy has become increasingly important due to well organized interest groups and the necessity to operate in a competitive global economy (Neu et al. 1998). Legitimacy is considered to be a resource on which companies are dependent for survival (Dowling & pfeffer 1975 in deegan 2002). Hence, legitimacy theory is relevant in explaining why companies make voluntary CSR disclosure; the aim to establish congruence between the social values associated with or implied by their operations and the social norms or acceptable behaviour in the large social system they are part of (Dowling & Pfeffer 1975 I in Deegan 2002).

In the areas where the companies' action do not conform to the social norms, those actions represent a legitimacy gap. The companies seek to constantly minimize or reduce that gap; to maximize the legitimate area (O'Donovan 2002). The congruence

can be achieved by voluntarily account in the annual report or stand-alone report for how companies work with the fulfilling of these social norms and acceptable behaviour (Patten 1992 in Walden Schwartz 197,p127). The are four strategies which companies seeking legitimacy may adopt. First, they can educate and inform its relevant stakeholders about changes in performance and activities, in Order to indicate that they play with open cards. Second, companies may want to change the perceptions of the recant publics without change its own behavior . Third, to other related issues, for example could a company with a legitimacy gap regarding. Fourth, companies may seek to change external expectations of its performance if they consider its relevant publics to have unrealistic or incorrect expectations of its responsibilities (Lindblom 1994 in Gray et al. 19550).

Definition of CSR

Habisch and Jonker (2005) define CSR as the extent to which and the way in which an organization consciously assumes responsibility for and justifies its actions and non-actions and assesses the impact of those actions on legitimate constituencies. Those constituencies or stakeholders as they are often called represent the network of interactions an organization maintains with its direct and indirect environment. (p. 7) The drivers for CSR include:

1. Globalization of national economies, i.e. the EU
2. Civil society characterized by words such as fragmentation, stakeholders, needs and expectations, rights and duties, new divides, disintegration of certain groups etc. In other words,

“groups and communities are created when novel issues arise.

Businesses have a role in civil society. (Habisch & Jonker, 2005, p. 4) Habisch and Jonker write that businesses, confronted daily with labor issues, tax laws, education issues, political issues, legal issues, and health and environmental issues, must include CSR in their daily

CSR Reporting and Accountability

Stakeholder theory and economics theories regarding CSR imply that stakeholders need to evaluate how far a company has performed its roles in accordance with the stakeholders' need (Freeman and Philips (2002).

Consumers, for example, need to know whether the product sold by the company does not use woods from illegal logging or whether it uses production technology that causes pollution. Just like the profitability of a company which varies according to the effectiveness of the management, the success of CSR activities also depends on the management. Therefore, the stakeholders require a company's accountability on CSR activities. The presence of accountability is becoming increasingly important as there is the presence of asymmetric information between stakeholders and the management. The stakeholders only have access to public information or the information conveyed to public, while the management has complete information about the company.

The Level of CSR Reporting and Disclosure in Indonesia

The following part discusses the level of CSR reporting and disclosure in Indonesia,

followed by the discussion on the condition of various supporting infrastructure mentioned earlier in Indonesia and in the world in general. Various domestic and foreign studies suggest that the reporting and disclosure of CSR in Indonesia is relatively low. The following are findings of several studies. Chapple and Moon (2005) compare reports of 50 biggest companies in seven Asian countries, including Indonesia, on CSR through the website. Since the sample companies are big companies, they have large number of stakeholders so that the pressure for conducting CSR and issuing the reports is greater. The findings of the study suggest that only 24% of companies in Indonesia report their CSR activities which, in the study, are classified into 3 categories: community involvement, production process and labor relations which are socially accountable.

Chapple and Moon (2005) The proportion of this is the lowest among other countries. Furthermore, among the companies reporting their CSR activities, the majority (73%) report low coverage (1-2 pages), 9% medium (3-10 pages), and 18% extensive (more than 10 pages).

Company's social responsibility is a moral responsibility of an institution or business organization toward groups which become its stakeholder, who get direct or indirect impact from company's operation.

The concept of company's social responsibility could be defined in a wide and limited definition. Based on limited concept "there is one and only one business's social responsibility – it is to use all its resources to activities directing to profit accumulation

" (Jones, 2001, in Nursahid, 2006).

Company in this point of view is the device from stakeholder (company owner), so if a company is going to give social charity, this will be conduct by its individual owner or individual workers, not by the company itself. The classical model also state that the business conducts by company is intended only to fulfill the market's demand and looking for profits, which are to be presented to capital owner (Harahap, 1993).

A fundamentalist in this field, Milton Friedman, said:

There is one and only one company's responsibility it is to use its assets to increase profit as long as suitable to rule of game works in a free competitive system, without deceives and cheats.

While in the wide definition, social responsibility is a more humankind concept. Where an organization is viewed as moral agent. By so, with or without law rules, an organization include business organization, is obligated to uphold morality highly. Further, even with the absence of law or ethics in society, social responsibility could still be implemented in several conditions by considering the best result or the least loss of its stakeholder. The right action conducted by company will give advantages to society.

Socio economic accounting or often call socio accounting is a new phenomenon in accounting. Socio accounting is different from conventional accounting. In conventional accounting, what become

the focus of attention is the summarizing and measuring toward activities or impact caused by company's relationship with its customer, while socio accounting is a sub-discipline from Accounting which conduct measurement and report company's social impacts. So, conventional accounting did not accommodate the aspect of company's social responsibility, fully.

The overall social responsibility conducted by company will be socialized to public; one of them is through social disclosure in company's annual report. Indonesian Accounting Association implicitly explained that annual report must accommodate the importance of decision maker. That explanation stated in Finance Accounting Standard Statement (PSAK) No, 1 year 2004, the ninth paragraph:

Company could also present additional statement such as environmental statement, and value added statement, especially for industries where environmental factors hold an important role and for industry which consider its workers as a group of report user, whose hold an important role.

In the process of reporting company's annual report, disclosure is a qualitative report aspect, which is urgently needed by financial report information user. Because of this qualitative nature, the form of this report is unstructured, which could happen directly in company's financial annual report through a correct titling, record for financial report or several footnotes.

Disclosure is defined as serving an amount of information needed to operate optimally an efficient capital market (Hendriksen,

1996, in Zuhroh and Pande, 2003).

Disclosure could be mandatory; it is a compulsory for an information disclosure conducted by company based on certain rule or standard. Disclosure could also be voluntary, it is information disclosure overweigh minimum requirement from the rules.

The objective of disclosure based on Security Exchange Commission (SEC) categorized into two:

- (1) Protective disclosure, intended as a protecting effort for investor.
- (2) Informative disclosure, intended to give a worthy information to report user (Wolk et al., 2000 in Zuhroh and Pande, 2003).

Information about the implementation of company's social responsibility explained in annual report, could be understood without generating misinterpretation, if the annual report complemented by a worthy social disclosure. By giving worthy information, it is expected to be useful for decision making process by the user of financial annual report. In this research, the authors formulate hypothesis to support the answer for the existing problems. The hypothesis formulas are:

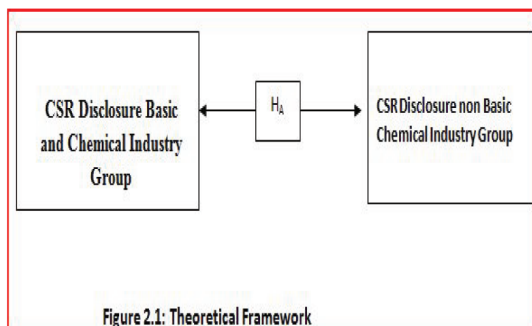
H0 :There is no significant difference in the amount of social disclosure between companies in basic and chemical industries groups and companies in non basic industries groups.

HA :There is significant difference in the amount of social disclosure between companies in basic and chemical industries groups and companies in non basic industries groups.

RESEARCH METHODOLOGY

Research Design

This research is an explanatory research conducted by explaining amount of social companies in basic and chemical industries groups and companies in variety industries groups. In this research proposal hypotheses examine between companies in basic and chemical industries groups and companies in variety industries groups.



Data Collecting Method

Data collecting method in this research is using documentation method or direct quotation from several sources. The data used in this research are secondary data comes from:

- Capital Market References Center in Indonesia Stock Exchange.
- The other supportive literatures, such as literatures related with Socio Accounting, CSR, or literatures from the previous research which are related to current problems.
- Because basic and chemical industry have higher pollutant than variety industry, so CSR disclosure between both of industries also different. That's why this research classified into basic and chemical also variety industries.

Sampling Technique

Population are all companies listed on the Indonesia Stock Exchange amounted

to 354, divided in 47 industry groups, the group was taken as sample fall into categories of basic and chemical industries also variety (Mirfazli, 2008). Sampling technique method used in this research is purposive judgment sampling method. It is structured sampling which the information gainer with several certain consideration. The criteria used in determining the sample are:

- Recorded as members in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2009.
- The company has finished its obligation to hand out its 2009 annual report.
- The sample of company's annual report, is physically complete and whole in IDX.

From those criteria it results sample for 60 companies which are 30 basic and chemical industries and 30 non chemical industries.

Research Operational Variable

The variables used in this research are:

- a. Social disclosure conducted by companies categorized in the industry of basic and chemical industries group.
- b. Social disclosure conducted by companies categorized in the industry of variety industries groups.

These two variables are independent and have a symmetrical relation. The relation between these variables called symmetrical if one variable does not being affected or influenced by the other variable. (Hagul et al., 1989, and Utomo, 2000).

Each variable composed by four categories determined in this research, that is social, costumer, labor and environmental theme. The method used in composing this paper

is descriptive method, which explain and describe data characteristic, so the result of research can give a clear description. The annual report is analyzed by content analysis method. Content method analysis is a data collecting process method through observation technique and analysis of content or message from a document to generate an objective and systematic description, such as content category, review, coding based on event's characteristic, or transaction exist in a document (Sekaran, 2000).

Technique of Data Analysis

Quantitative analysis. The data processing includes checking and counting the items of social disclosure on the annual report. The quantification process use indexing yes/no approach technique. This technique is the simplest form of content method analysis. In this technique, number 1 is given when a sub-category of social disclosure is filled or disclosed, on the annual report of company being sample, while number 0 is given to a sub-category which is not disclosed by company being sample.

The statistic technique used to test the comparative hypothesis is rate different test. The base of decision making is by comparing t-table and t-count:

If $t\text{-count} > t\text{-table}$, H_A is accepted or $Asymp. sig < 0.05$.

If $t\text{-count} < t\text{-table}$, H_A is rejected or $Asymp.sig > 0.05$.

Description of Object

Population of this study was taken from Indonesian Stock Exchange companies list, covers 1 years period at 2009, companies listed amounted to 354, divided in 47 industry groups. This study used sampling

method to obtain final sample and took two companies from every groups, also replace companies sample if the annual report data was not available.

This study only choose company which has high rank as sample data, in order to get same range, so companies data did not have quite different information in performance. Therefore final sample of this study consist of 60 companies, which is divided into two groups; chemical and basic industry (30 companies) and variety industries (30 companies) The activity of data processing includes the checking and counting the items of social disclosure existed in company's annual report (see Appendix II and Appendix III).

Descriptive Statistics

The data study which is processing by SPSS 16.0 software generate the result that social disclosure of companies in basic and chemical industries group have minimum score for 4 disclosure and maximum score for 16 disclosure, with the average of 12.97 disclosure and the standard deviation of 4.82 disclosure. While companies in Non chemical industries group have minimum

Table 4.1 Descriptive Statistics

Statistics			
		Cemical Industries	Non Chemical Industries
N	Valid	30	30
	Missing	0	0
Mean		12,97	58,20
Std. Error of Mean		,699	2,882
Median		15,50	64,50
Mode		16	72
Std. Deviation		3,828	15,786
Variance		14,654	249,200
Skewness		-,965	-,887
Std. Error of Skewness		,427	,427
Kurtosis		-,318	-,335
Std. Error of Kurtosis		,833	,833
Range		12	48
Minimum		4	24
Maximum		16	72
Sum		389	1746

score for 24 disclosure and maximum score for 72 disclosure, the average of 58.20 disclosure and the standard deviation of 15.78. (see table 4.1)

Test Normality of Residuals

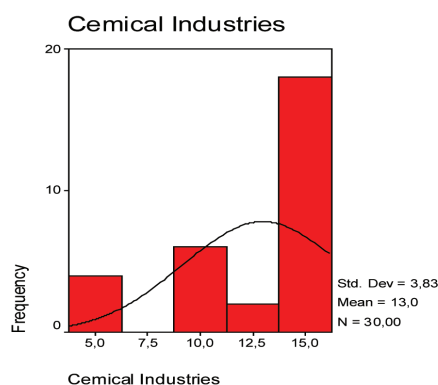
The test of data distribution normality use Two-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, with the rate of faith is 95 percent. p-value (Asymp. Sig. (2-tailed)) for chemical industries group is 0.015 or less than 0.05 (data is not normal). However, p-value (Asymp. Sig. (2-tailed)) for non chemical industries group is 0.097 or more than 0.05 (data is normal). The detail result of the test of normality of residual can be seen on table 4.2 and graphics below.

Table 4.2. Normality Test Using Two-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Cemical Industries	Non Chemical Industries
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12,97	58,20
	Std. Deviation	3,828	15,786
Most Extreme Differences	Absolute	,286	,225
	Positive	,214	,191
	Negative	-,286	-,225
Kolmogorov-Smirnov Z		1,566	1,230
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015	,097

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Results of Hypothesis Testing The comparison of social disclosure amount between companies in basic and chemical industries group and variety industries

group Comparative hypothesis test of social disclosure amount between high and low profile companies is conducted using z-test (t-test) to compare two independent sample at the faith of rate 95 percent, with the determinations below:

If $p\text{-value} < 0.05$: H_0 is rejected and H_a is accepted. Non Chemical Industries7 0,060,050,040,030,020,0Non Chemical IndustriesFrequency1614121086420Std. Dev = 15,79 Mean = 58,2N = 30,00

If $p\text{-value} > 0.05$: H_0 is accepted and H_a is rejected.

Comparative test for all themes of social disclosure amount between companies in basic and chemical industries group and variety industries group. Based on the Table 4.3, p-value for paired T-test is 0.000 or less than 0.05, so it can be concluded that there is significant difference in presentation of social disclosure amount between companies in chemical industries groups and non chemical industries groups. Therefore, the hypothesis (H_a) is accepted

Tabel 4.3 Result of Hypothesis Test

Paired Samples Test									
		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Cemical Industries - N Chemical Industries	-45,23	12,139	2,218	-49,77	-40,70	-20,410	29	,000

Discussion and Finding

An analysis of problems identification stated above will be conducted in this part. The first problem identification is not proved by hypothesis test, instead it will be examined by analysis to data which are resulted from

the research. While the second problem identification will be proved by hypothesis test.

The Focus of Company's Social Disclosure

In the previous research (Utomo, 2000) disclosed that focused on social disclosure from Emittent in Jakarta Stock Exchange and Surabaya Stock Exchange is on labor theme (29.87 percent), and on product and customer theme (20.74 percent), then on society theme (13.21 percent). But Khodijah, Dede (Khodijah and Mirfazli, 2006 in Mirfazli, 2008) in overall, got the result that state labor theme has the biggest percentage, 53.40 percent from the total of social disclosure conducted by the companies being sample, followed by customer theme, 19.16 percent, society theme with 17.99 percent, and the last is environmental theme, 9.45 percent. Also Mirfazli, 2008 obtained the same result as the previous research where the labor theme is the main focus, with 51.60 percent, followed by customer theme (19.40 percent), society theme (14.70 percent), and environmental theme (14.30 percent).

This research has found different result from previous research (Utomo, 2000; Khodijah and Mirfazli, in Mirfazli 2008; and Mirfazli, 2008),

Table 4.4

Social Disclosure from All Companies Being Sample		
Theme	Disclosure	Amount Percent
Society	505	23.73
Customer	236	11.09
Labor	1080	50.75
Environmental	307	14.43
Total	2128	100.00

where the labor theme is the main focus, with 50.75 percent, followed by Society

theme (23.73 percent), Environmental theme (14.43 percent) and Customer theme (11.09 percent) at last one (see table 4.4)

From All Companies, the result showed that the main focus CSR disclosures are also Labor theme with 50.90 percent, then followed by Society theme (23.56 percent), Environmental theme (14.43 percent) and Customer theme (11.11 percent) (see table 4.4)

Table 4.5

Social Disclosure of Company Being Sample All Theme in Non Chemical Group Industries		
Theme	Disclosure	Amount Percentage
Society	405	23.56
Customer	191	11.11
Labor	875	50.90
Environmental	248	14.43
Total	1719	100.00

In Non Chemical Group Industries, the result showed that the main focus CSR disclosures are also Labor theme with 50.90 percent, then followed by Society theme (24.56 percent), Environmental theme (14.43 percent) and Customer theme (11.11 percent) (see table 4.5)

Table 4.6

Social Disclosure of Company Being Sample All Theme in Basic and Chemical Industries Group		
Theme	Disclosure	amount Percentage
Society	94	24.35
Customer	42	10.88
Labor	194	50.26
Environmental	56	14.51
Total	386	100.00

Source: data processed, 2011 In Chemical Group Industries, the result showed that the main focus CSR disclosures are also Labor theme with 50.26 percent, then followed by Society theme (24.35 percent), Environmental theme (14.51 percent) and Customer theme (10.88 percent) (see table 4.6). 10

Table 4.7

Social disclosure of company being sample all theme between basic and chemical also variety industries group		
Theme	Variety	Basic and Chemical
Society	405	94
Customer	191	42
Labor	875	194
Environmental	248	56
Total	1719	386

From overall, on Basic and Chemical and also Non Chemical group this research reveal that both of the group have done CSR disclosure, from every item disclosure both of the group doing well. The number of focus of disclosure from both companies groups can be seen the table 4.7 above.

Conclusion

This study tested 60 samples from companies registered in Indonesia Stock Exchange. Based on the analysis result explained in analysis and discussion chapter, the conclusion that could be draw are:

1. The result show that the focus of social disclosure from companies registered in Indonesia Stock Exchange, is majority focus of disclosure on labor theme, than followed customer theme, society them, and environmental theme.
2. Hypothesis test proved that there is a

significant difference in the presentation of social disclosure amount in all themes between companies in basic and chemical industries group and in variety industries group. This indicate that there are a lot of social impacts appear in most of those companies which categorized as high profile company, and stimulate them to act and to disclose its corporate social responsibility.

Limitations

This research is not free from constraints. The constraints are: Theme Disclosure amount Percentage

1. The composing of social disclosure list tend to be subjective and possible to miss certain items that suppose to disclosed by company.
2. The use of Indexing Yes/No Approach technique maybe causes a difficulty to differ the quality of one company with another.
3. The comparison is done by only looking at the overall without detailing each theme.

Suggestion

Based on conclusion and constraints explained above, the suggestion for the next research are:

1. To complete the list of social disclosure used as the research instrument. This can be done by looking the most current and up-to-date references about social disclosure's theme and sub-theme.
2. This research only discloses the amount of social disclosure. Further, the other researcher can enlarge the research's

coverage, such as to differ the quality of financially social disclosure or non-financially, or to consider the reason why company conducts the social disclosure.

3. For company; it is necessary to intensify its attention to social environment, considering that company and society are share importance each other. Company's behavior which ignore the social responsibility will give disadvantages to company itself

References

Chapple, W. dan J. Moon, 2005, Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR Web Site Reporting, *Business and Society*, Vol. 44 No. 4, p. 415-441.

Friedman, M., 1970, The social responsibility of business is to increase its profits, The New York Times Magazine, September 13, available at http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-so_respbusiness.html

Habisch, A., Jonker J., Wegner, M., Schmidpeter R., (Eds), (2005), Corporate Social Responsibility Across Europe, Springer Berlin, Heidelberg

Hasan, Nasr, Taha, 2010. Corporate social responsibility disclosure: *an examination of framework of determinants and consequences*. Durhan E-Theses,

Nursahid, F. (2006), "Charity Study for BUMN Companies", Publish with GALANG. Journal, Vol. 1 No. 2, PIRAC, Depok.

Mirfazli, Edwin, 2008, Corporate social responsibility (SCR) information disclosure by annual reports of public companies listed at Indonesia stock Exchange (IDX), *international journal of Islamic and Middle Eastern finance and Management*. Vol 1 No. 4, 2008 pp. 275-284.

Murtanto, 2004. The Social Disclosure Analysis By Listed Company in Jakarta Stock Exchange. *International Business Conference 2004*. Pp. 37-49

Murtanto, 2004. The Social Disclosure Analysis By Listed Company in Jakarta Stock Exchange. *International Business Conference 2004*. Pp. 37-49

Ratanajongkol, Sunee., Davey, Howard., and Low Mary. 2006. Corporate social reporting in Thailand The news is all good and increasing. *Qualitative Research in Accounting & Management* Vol. 3 No. 1, 2006 pp. 67-83

Utomo, M.M. (2000), Social Disclosure Information at Annual Report Companies Member of JSX, presented by National Accounting Seminar II.

Pengaruh Isi Pesan, Sumber Pesan, dan Insentif Pada Sikap Konsumen Terhadap Sms Advertising

Anggi Surya Saputra

Yenny Purwati

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Kristen Satya Wacana

o2k_cunss@yahoo.co.id,

yenny.purwati@yahoo.com

Abstract

The rapid proliferation of mobile phones and other mobile devices has created a new channel for marketing. Mobile advertising has emerged as one of the most popular application in mobile commerce, particularly in the form of SMS advertising. This research investigates the influence of message content, message source, and incentive on consumer attitudes toward SMS advertising. An empirical method is used and three hypotheses are tested. Our findings confirmed the three hypotheses. The analysis is based on a consumer survey. For this purpose a judgemental sampling of 200 cellular phones users in Semarang has been assessed. The results indicate (1) consumer give a great attention toward the entertainment aspect on message content which in further lead to positive attitudes toward sms advertising; (2) message source is the most important factor affecting consumer attitudes toward sms advertising; (3) incentives that offer monetary incentives such as pulse and free minutes lead to more positive attitudes to receive and read SMS advertising

Keywords: content, source, incentives, SMS advertising, attitude

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pengguna telepon yang sangat pesat dari 1,5 miliar pengguna pada tahun 2000 menjadi 6 miliar pengguna pada tahun 2011 (www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/) mendorong berkembangnya *mobile commerce*. Pemasar memandang telepon seluler sebagai sarana yang potensial dalam memasarkan produk dan jasa. SMS (*short message service*) merupakan salah fitur dari telepon seluler yang paling banyak digunakan oleh pengguna telepon seluler. World Panel Com tech mengemukakan tingkat penggunaan SMS yang tinggi memberikan peluang bagi pemasar untuk

mengiklankan barang, jasa, dan ide kepada konsumen melalui SMS *advertising* (<http://www.mobilemarketingmagazine.co.uk/content/shopping-2012-style>). Hal ini juga diperkuat oleh Buckely (2007) dalam Kim dkk (2009) yang menyatakan bahwa SMS *advertising* merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan pemasaran.

Rohit Dadwal, MMA *managing Director Mobile Marketing Association's Asia Pacific*, mengatakan Indonesia merupakan pasar yang potensial untuk SMS *advertising* dikarenakan pertumbuhan pengguna telepon seluler di Indonesia cukup tinggi

(<http://mobithinking.com/mobile-asia-pacific-mma-interview>). Hal ini juga didukung oleh Tri Meyliana Sadewi, *Account Manager BuzzCity Pte Ltd* yang mengatakan bahwa pasar SMS *advertising* di Indonesia sangat besar dengan rata-rata pengguna telepon seluler mencapai 90% jumlah penduduk Indonesia (http://www.ipotnews.com/index.php?level2=&level3=&level4=&news_id=319621&group_news=CLIPPING&taging_subtype=COMPANYNEWS&popular=&search=y&q=buzzcity). Pada tahun 2011 Indonesia menduduki peringkat kedua setelah India dengan 3760 juta SMS *Advertising* yang terkirim (<http://www.indotelko.com/2011/12/2012-mobile-advertising-diperkirakan-berkibar/>).

Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap *SMS advertising* antara lain isi pesan, *endorser*, struktur pesan, format pesan, sumber pesan, gangguan (*irritation*), kredibilitas (*credibility*), insentif, lokasi, waktu, keterlibatan produk, merek, kontrol konsumen, tingkat pendidikan (Jin-Tsann Yeh dan Chyong-Ling Lin, 2009; Sophianto, 2009; Drossos dkk, 2006; Dickinger dkk, 2004; Al-alak & Alnawas, 2010; Sari, 2010; Tsang dkk, 2004). Sari (2010) menyatakan dalam aspek hiburan (*entertainment*) dan aspek informasi dalam isi pesan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*. Penelitian yang dilakukan oleh Drossos dkk (2009) menyatakan hal yang berbeda. Drossos dkk (2009) menemukan bahwa aspek informasi dalam isi pesan SMS *advertising* berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*. Kontradiksi hasil penelitian

terdahulu mengenai pengaruh isi pesan terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising* mendorong peneliti untuk meneliti ulang pengaruh isi pesan terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*.

Variabel sumber pesan mengukur tingkat kepercayaan konsumen terhadap pengirim SMS *advertising*. Menurut Nielsen (2009) dalam Muzaffar & Kamran (2010) tingkat kepercayaan dari SMS *advertising* masih sangat rendah dibandingkan model periklanan lainnya. Di Indonesia sendiri telah banyak penipuan atas nama operator telepon seluler (Sophianto, 2009). Pada tahun 2011 telah terjadi 412.675 kasus penipuan SMS lewat telepon seluler di Indonesia (<http://www.solopos.com/2011/ekonomi-bisnis/perbankan-siapkan-call-centre-kasus-penipuan-118835>). Tingginya jumlah penipuan melalui SMS di Indonesia mendorong peneliti meneliti pengaruh sumber pesan terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*. Penelitian Sophianto (2009) menyatakan sumber pesan yang berasal dari operator lebih dapat dipercaya konsumen tentang kebenaran pesan. Sumber pesan yang terpercaya dapat memberikan efek positif kepada konsumen. Carrol dkk (2006) mengatakan konsumen lebih percaya kepada operator dari pada pihak lain dalam hal ini orang-orang yang bermaksud tidak baik seperti menipu dengan cara mengirimkan SMS *advertising*.

Variabel ketiga yang diteliti dalam penelitian ini adalah insentif. Insentif dapat mengurangi dampak negatif sikap konsumen terhadap SMS *advertising* serta dapat memberikan stimulus tambahan agar konsumen merespon SMS *advertising*

(Drossos dkk, 2006), sehingga pemberian insentif akan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*. Lebih lanjut Drossos dkk (2009) menyatakan ketidaksesuaian dengan apa yang dijanjikan tentang pemberian insentif dalam SMS *advertising* akan menyebabkan konsumen bersikap negatif akan SMS *advertising*. Dickinger dkk (2004) mengatakan pemberian insentif adalah cara yang sukses untuk menarik dan mempertahankan pelanggan telepon seluler. Operator seluler menawarkan insentif kepada pelanggan untuk mendorong supaya mereka merespon SMS *advertising* (Al-alak & Alnawas, 2010).

Dalam penelitian ini, penulis memilih remaja sebagai obyek penelitian karena menurut Dickinger dkk (2004) tentang usia pengguna SMS terbanyak adalah remaja yang berusia berkisar antara 18-29 tahun. Adapun operator seluler yang diteliti adalah IM3 karena IM3 merupakan operator telepon seluler yang pangsa pasar terbesarnya adalah remaja (<http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/78223>).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

SMS Advertising

Kavassalis dkk, (2003) dalam Waldt dkk (2009) menyatakan SMS *advertising* adalah layanan SMS yang dikirimkan ke telepon seluler konsumen untuk memberi informasi tentang barang, jasa, dan ide. Menurut Tsang dkk (2004) SMS *advertising* memiliki beberapa kelebihan sebagai berikut:

1. Pesan yang dikirimkan kepada konsumen lebih personal seperti halnya pemasaran tradisional (*door to door*) yang langsung kepada konsumen.
2. Lebih mudah mengirimkan melalui SMS *advertising* karena tidak perlu banyak perangkat untuk menyampaikan pesan.
3. SMS *advertising* langsung sampai kepada konsumen dan tidak menjadi sia-sia.
4. SMS *advertising* dikirimkan secara massal kepada semua konsumen dari operator yang digunakannya.

Selain memiliki kelebihan seperti diatas SMS *advertising* juga memiliki kekurangan dibandingkan media iklan lain (Dickinger dkk, 2004) yaitu:

1. Pesan yang disampaikan terbatas, karena iklan tidak bisa panjang seperti model iklan lainnya terbatas hanya pada 160 karakter saja dan berupa tulisan saja.
2. Rentan ketidakpercayaan konsumen. Hal ini mengacu tingkat kredibilitas dari sumber pesan tersebut dan dianggap sebagai sebuah *spam*.
3. SMS *advertising* lebih banyak dianggap sebagai sebuah gangguan yang mengganggu privasi konsumen.

Sikap Konsumen

Menurut Notoatmodjo (1997:130), sikap konsumen adalah merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap biasanya terbentuk dari pengalaman pribadi, sikap juga dapat terbentuk dari adanya informasi yang didapat dari orang lain yang memiliki pengaruh.

Menurut Du Plessis dan Rousseau, (2007: 194-197), sikap konsumen terdiri dari tiga komponen yaitu:

1. *Cognition*: berhubungan dengan pengenalan dan pengetahuan obyek beserta atributnya
2. *Affect*: memberikan tanggapan tentang perasaan terhadap obyek dan atributnya
3. *Conation*: seseorang memiliki minat atau tindakan dalam sebuah perilaku

Prasetijo dalam Sophianto (2009) menyatakan *cognition* seringkali disebut dengan tingkat kepercayaan/*belief* yang terkait dengan sumber pesan dari SMS *advertising*. Al-Alak & Alnawas (2010) menyatakan aspek *affect* yang penting bagi sebuah iklan untuk mempengaruhi sikap konsumen karena berhubungan dengan perasaan seseorang terhadap iklan. Aspek *conation* berhubungan dengan pemberian insentif pada SMS *advertising*, menurut Drossos dkk (2006) insentif dapat mengurangi dampak negatif dari sikap konsumen terhadap SMS *advertising* karena insentif bersifat memberikan stimulus kepada konsumen.

Pengaruh Isi Pesan SMS terhadap Sikap Konsumen akan SMS Advertising

Isi pesan yang baik adalah isi pesan yang menghibur, dan bersifat informasi (Al-Alak & Alnawas, 2010; Sophianto, 2009; Jin-Tsann Yeh & Chyong-Ling Lin, 2009). Menurut Ducoffe (1996:22-23) dalam Waldt dkk (2009) iklan yang bersifat informatif didefinisikan sebagai kemampuan sebuah iklan menginformasikan kepada konsumen tentang produk sehingga konsumen mendapatkan kepuasan terbesar mereka sedangkan iklan yang bersifat menghibur didefinisikan sebagai kemampuan sebuah

iklan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan perasaan (*emotional*). Konsumen akan merespon positif SMS *advertising* jika konsumen menganggap SMS tersebut bersifat informatif (Doherty, 2007 dalam Al-alak & Alnawas (2010)). Menurut Al-alak & Alnawas (2010), konsumen yang merasa terhibur dengan isi SMS *advertising* akan merespon positif terhadap SMS *advertising*. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H1: Isi pesan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*

Pengaruh Sumber Pesan terhadap Sikap Konsumen Akan SMS Advertising

Sumber pesan adalah pesan-pesan yang berasal dari sumber terpercaya dan sifatnya lebih persuasif terhadap konsumen (<http://id.shvoong.com/business-management/advertising-press-release/2187051-pengertian-pesan-iklan/#ixzz1nsVzdHKx>). Menurut Sophianto (2009) sumber pesan yang baik adalah sumber pesan yang memiliki kredibilitas yang dapat dipercaya. Menurut Sari (2010) iklan yang memiliki kredibilitas yang tinggi dimata konsumen bisa diartikan bahwa isi iklan yang di sampaikan melalui SMS *advertising* benar apa adanya. Konsumen lebih percaya SMS *advertising* yang dikirimkan oleh operator telepon atau pun perusahaan yang bekerjasama dengan operator daripada pihak lain yang menggunakan nomer biasa untuk mengirimkan SMS *advertising*. Menurut GoldSmith dkk (2000) dalam Haghirian & Maldberger (2005) tingkat kredibilitas SMS *advertising* dipengaruhi oleh kredibilitas dari operator atau pun instansi yang mengirimkan SMS *advertising*. Jika

konsumen merasa sumber pesan tidak memiliki kredibilitas maka konsumen akan bersifat negatif terhadap iklan tersebut (Dahlén & Nordfält, 2004 dalam Drossos dkk, 2009).

Beberapa penelitian mengemukakan bahwa sumber pesan yang berasal dari operator atau instansi yang memiliki kredibilitas akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising* (Sophianto, 2009; Al-alak & Alnawas, 2010; Carrol dkk, 2007; Haghirian & Maldberger, 2005; Drossos dkk, 2009). Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H2: Sumber pesan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan sms *advertising*

Pengaruh Insentif terhadap Sikap Konsumen Akan SMS Advertising

Insentif menurut Dessler (1997:141) dalam Al-Alak & Alnawas (2010) merupakan suatu program yang memberikan pemasukan lebih seperti bonus. Menurut Tsang dkk (2004) *incentive based advertising* merupakan suatu penyediaan penghargaan (*financial reward*) khusus yang diberikan kepada individu yang bersedia menerima promosi dan kampanye iklan. Dickinger dkk (2004) menyatakan bahwa pengiriman permainan dan insentif untuk konsumen adalah cara yang sukses untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Beberapa penelitian mengemukakan bahwa pemberian insentif mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising* (Sari, 2010; Drossos dkk, 2006). Konsumen lebih merespon dan suka bila diberikan insentif berupa bonus, diskon dari perusahaan yang

mengirimkan SMS *advertising*. Menurut Tsang dkk (2004), 56% konsumen akan menerima SMS *advertising* bila terdapat pemberian insentif. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H3: Insentif berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen IM3 di Semarang. Menurut Maholtra (1999:332), penelitian ini dapat digolongkan sebagai *Test Marketing Studies* sehingga penulis menggunakan sampel sebanyak 200 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria peneliti terhadap sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen telepon seluler yang berusia 18 -29 tahun, pernah menerima SMS *advertising* dalam 6 bulan terakhir, dan menggunakan provider telepon operator INDOSAT dalam hal ini IM3 minimal 1 tahun.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Penyebaran kuesioner dilakukan pada mahasiswa, tempat-tempat umum yang sekiranya banyak orang yang memiliki kriteria yang telah ditentukan.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh dari masing-masing variabel

yang memengaruhi sikap konsumen yaitu isi pesan, sumber pesan, insentif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita (54.5%). Hal ini merupakan kebetulan semata karena responden yang ditemui dan memenuhi kriteria penelitian dalam penyebaran kuesioner mayoritas adalah wanita. Lebih dari 50% responden merupakan mahasiswa. Hal ini terkait dengan penentuan kriteria usia dalam pemilihan sampel penelitian yaitu 18 s/d 29 tahun dengan mayoritas responden (53% berada pada rentang usia 23 s/d 27 tahun. Dalam hal tingkat pendidikan mayoritas adalah siswa lulusan SMA (71%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki nilai *corrected item to total correlation* lebih dari 0,117 (rtabel) dan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.6 sehingga bisa disimpulkan bahwa semua variabel valid dan reliabel dan dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil regresi berganda tabel 1 terlihat bahwa ketiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising* yang dilakukan oleh IM3. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi isi pesan sebesar 0,024; nilai signifikansi sumber pesan sebesar 0,000 dan nilai signifikansi insentif sebesar 0,000. Ketiga variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coef	Std. Coef	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1.992	1.076	-1.851	.066	
	Insentif	.406	.055	.402	7.342	.000
	Sumber	.584	.065	.450	8.987	.000
	Isi	.114	.050	.130	2.272	.024

a. Dependent Variable: Total_Sikap

Sumber: Data primer diolah, 2012

Dari tabel 1 di atas terlihat bahwa sumber pesan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising* dibanding faktor isi pesan dan insentif. Hal ini terkait dengan semakin maraknya penipuan yang terjadi melalui SMS *advertising* sehingga konsumen cenderung tidak asal percaya pada pesan pemasaran yang ia terima melalui SMS *advertising*. Sebanyak 55% responden menyatakan setuju bahwa identitas pengirim pesan harus mencerminkan sumber pesan yang terpercaya dimana dalam hal ini penggunaan nomor atau nama tertentu yang mencerminkan bahwa SMS *advertising* yang ia terima merupakan SMS *advertising* yang benar – benar dikirim oleh operator IM3. Sebanyak 60.5% responden menyatakan setuju dengan penggunaan nama INDOSAT sebagai pengirim pesan menumbuhkan kepercayaan mereka bahwa SMS *advertising* yang mereka terima dapat dipercaya.

Faktor isi pesan memberikan pengaruh terbesar kedua terhadap sikap konsumen pada SMS *advertising* yang dilakukan oleh IM3. Dalam hal isi pesan, lebih dari 40% responden menyatakan setuju bahwa

SMS *advertising* yang dikirim oleh IM3 menggunakan kata – kata yang mudah diingat dan bersifat menghibur. Sebanyak 46% responden menilai bahwa isi pesan yang disampaikan memberikan cukup informasi yang dibutuhkan mengenai produk dan jasa. Kecukupan informasi mengenai produk atau jasa dalam SMS *advertising* yang dilakukan IM3. Hal didukung pula dengan pernyataan 51,5% responden yang menyatakan bahwa isi pesan yang ia terima cukup membantu dalam mengetahui informasi mengenai produk atau jasa yang ia butuhkan.

Penelitian ini menemukan bahwa konsumen memberikan respon yang lebih tinggi pada SMS *advertising* jika ada pemberian insentif yang sifatnya moneter, seperti bonus pulsa dan sms gratis. Dari 200 responden, mayoritas lebih memilih bonus pulsa sebagai insentif yang mendorong mereka memberikan respon terhadap SMS *advertising* yang diterima. Dan 57% menyatakan akan merespon jika ada pemberian insentif berupa gratiskan sms. Pemberian insentif berupa bonus *wallpaper* ternyata juga cukup menarik perhatian konsumen untuk merespon SMS *advertising* yang ia terima. Terdapat lebih dari 50% responden menyatakan mereka akan merespon SMS *advertising* jika ada pemberian bonus *wallpaper*.

Kesimpulan

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa isi pesan, sumber pesan dan insentif dapat mempengaruhi sikap konsumen dalam merespon SMS *advertising*. Sumber pesan merupakan faktor yang paling berpengaruh bagi responden dalam penelitian ini dikarenakan dengan tinggi penipuan yang

dilakukan berbagai pihak melalui SMS *advertising*. Oleh karena itu, konsumen semakin waspada dan bersikap hati – hati dalam merespon SMS *advertising*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Al-alak & Alnawas (2010), Sari (2010), Sophianto (2009) yang menyatakan bahwa isi pesan mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising*. Namun penelitian ini tidak memberikan dukungan terhadap Drossos dkk (2009) yang menyatakan bahwa aspek informasi dalam isi pesan berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa aspek informasi dalam isi pesan merupakan aspek yang cukup diperhatikan oleh konsumen dalam merespon SMS *advertising* karena informasi yang diberikan dapat membantu konsumen mengetahui informasi mengenai produk dan jasa. Oleh karena itu aspek informasi dalam isi pesan merupakan aspek penting dalam tahapan pencarian informasi sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini juga mendukung penelitian dari Sophianto (2009), Al-alak & Alnawas (2010), Carrol dkk (2007), Haghirian & Maldberger (2005), Drossos dkk (2009) yang menyatakan sumber pesan berpengaruh terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*. Sedangkan untuk variabel insentif, penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Sari (2010), Drossos dkk (2006), Tsang (2004).

Penelitian ini hanya menganalisa tiga faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising*. Oleh karena itu dalam penelitian mendatang dapat

diuji pengaruh usia, gender dan tingkat pendidikan terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*.

Daftar Pustaka

- Al-alak A. A.M dan A.M. Alnawas I. (2010), *Mobile Marketing: Examining The Impact Of Trust, Privacy Concern And Consumers Attitude on Intention To Purchase*, International Journal of Business and Management, Vol. 5, No. 3, pp. 28-41.
- Carroll, A., Stuart J. Barnes dan Fletcher, K. (2007), *Consumer Perceptions and Atitudes Towards SMS Advertising: Recent Evidence from New Zealand*, International Journal of Advertising, Vol. 26, No.1, pp. 79-98.
- Dickinger, A., Haghirian, P., Murphy, J. dan Scharl, A. (2004), *An Investigation And Conceptual Model Of SMS Marketing*, Diunduh dari [http://www.keyana.ae/wp-content /up loads/An-Investigation-and-Conceptual -Model-of-SMS-Marketing. pdf](http://www.keyana.ae/wp-content/uploads/An-Investigation-and-Conceptual-Model-of-SMS-Marketing.pdf), tanggal 14 maret 2012.
- Drossos, D., Gerge M. Giaglis, G.M., Lekakos, G., Kokkinaki, F., dan Stavradi, M.G. (2006), *Determinants of Effective SMS Advertising: An Experimental Study*, Journal of Interactive Advertising, Vol. 7, No. 2, pp. 16-27.
- Drossos, D., Giaglis, G., dan Pavlos A. V. (2009), *A Model For Predicting Consumer Responses To SMS Advertising*, Diunduh dari [http://papers.ssrn.com/sol3/ papers. cfm? abstract_ id=1522148](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1522148), tanggal 3 Juni 2012 .
- Haghirian, P., dan Madlberger, M. (2005), *Consumer Attitude Toward Advertising via Mobile Devices -an Empirical Investigation Among Austrian Users*, Diunduh dari [is2.lse.ac.uk/asp/ aspectis/20050038.pdf](http://is2.lse.ac.uk/asp/aspectis/20050038.pdf), tanggal 3 Juni 2012.
- Id. Shvoong.com. *Pengertian Pesan Iklan*, Diunduh dari [http://id.shvoong. com/business-mana gement/advertising-pressrelease/2187051pengertian-pesaniklan/#ixzz1ns Vz dHKx](http://id.shvoong.com/business-management/advertising-pressrelease/2187051pengertian-pesaniklan/#ixzz1nsVzdHKx), tanggal 23 Juli 2012.
- Ipotnews.com. *Indosat Targetkan Pendapatan Layanan Mobile Advertising Rp 100 Miliar*, Diunduh dari [http://www. ipotnews.com/index.php?level2=&level 3=&level4=&newsid=319621&group _ news=CLIPPING&taging_subtype=COM PANYNEWS&popular=&search=y&q=bu zzcity](http://www.ipotnews.com/index.php?level2=&level3=&level4=&newsid=319621&group_news=CLIPPING&taging_subtype=COMPANYNEWS&popular=&search=y&q=bu zzcity), tanggal 20 Juni 2012.
- Indotelko.com. (2012), *Mobile Advertising diperkirakan berkibar*, Diunduh dari [http:// www .indotelko.com/2011/12/ 2012- mobile-advertising-diperkirakan-berkibar/](http://www.indotelko.com/2011/12/2012-mobile-advertising-diperkirakan-berkibar/), tanggal 20 Juni 2012 .
- Itu.int. *World Telecommunication/ICT Indicator database*, Diunduh dari [http:// www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/](http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/), tanggal 14 Desember 2011.
- Koran-jakarta.com. *Program Terbaru Gaet Pelanggan*, Diunduh dari [http:// koran-jakarta.com/index.php /detail/ view01/78223](http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/78223), tanggal 20 Juni 2012.
- Maholtra, K.N. (1999), *Marketing Research: An Applied Orientation*, 3rd.ed. River: Prentice Hall.

- Mobilemarketingmagazine.co.uk. Shopping, 2012-Style, Diunduh dari <http://www.mobilemarketingmagazine.co.uk/content/shopping-2012-style>, tanggal 9 April 2012.
- Muzaffar, F., dan Kamran, S. (2011), SMS Advertising: Youth Attitude Toward Perceived Informativeness, Irritation and Credibility, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 3, No. 1.
- Notoatmodjo, S. (1997), *Ilmu Kesehatan Masyarakat*, Jakarta: PT Rineka Cipta Sari,
- N.D. (2010), Analisis Sikap Konsumen Terhadap SMS Advertising, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Solopos.com. Perbankan Siapkan Call Center Kasus Penipuan, Diunduh dari <http://www.solopos.com/2011/ekonomi-bisnis/perbankan-siapkan-call-centre-kasus-penipuan-118835>, tanggal 13 Juli 2012.
- Sophianto, D. (2009), Analisis Pengaruh Penyusunan Kalimat Short Message Service Yang Tepat Terhadap Perilaku Konsyemen PT. Telkom Kandatel Medan, Skripsi Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Sumatra Utara.
- Tsang, M.M., Shu-Chun Ho, dan Ting-Peng Liang. (2004), Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 8, No. 3, pp. 65-78.
- Waldt. D. L. R Van der, T. M. Rebello, dan W. J. Brown. (2009), Attitudes of Young Consumers Towards SMS Advertising, *African of Business Management*, Vol. 3, No 9, Pp 444-452.
- Yeh, Jin-Tsann, dan Chyong-Ling Lin. (2009), Measuring the Effectiveness of Advertisements Sent Via Mobile Phone: Implications of the Appeal, Endorser, and Involvement Model and Purchasing Behavior, *Social Behavior and Personality*, Vol. 38, No. 2, pp 249-256.

Pengaruh Partisipasi Anggaran Dan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Manajerial : Komitmen Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Ketidakpastian Tugas, Ketidakpastian Lingkungan Dan Strategi Bisnis Sebagai Variabel Moderasi

Adek Latifa Nuraini

Rosyati

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang (USM)

dianviraby@yahoo.co.id

rosyati.rosyati@yahoo.com

Abstract

The objectives of this research to empirically analyze the influence of budgetary participation and accounting information on managerial performance and to the influence of budgetary participation and accounting information to managerial performance are moderated by organizational commitment, leadership styles, task uncertainty, environmental uncertainty and business strategy. To reach the research target, henced data used primary data, that is data questionnaires from 118 managers from general conventional banking which under Bank Indonesia Semarang region. The sampling method used is convenience sampling. The method which is used in testing of this hypothesis are linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The research concludes that the budgetary participation and accounting information has significant effects for managerial performance. The organizational commitment, leadership styles, task uncertainty, environmental uncertainty and business strategy has significant effects for relationship between budgetary participation and managerial performance. Then the leadership styles, task uncertainty, environmental uncertainty and business strategy has significant effects for relationship between accounting information and managerial performance. However, organizational commitment did not moderate the effects between accounting information and managerial performance.

Keywords : *budgetary participation, accounting information, managerial performance.*

PENDAHULUAN

Dalam usaha mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, manajer sangat memerlukan alat yang dapat membantu perencanaan dan pengalokasian sumber daya yang terbatas (Sumarmi dan Rahmawati, 2006). Salah satu alat untuk

membantu perencanaan, koordinasi dan penilaian kinerja adalah anggaran (Rahayu, 1999). Anggaran merupakan suatu rencana kerja jangka pendek yang disusun berdasarkan rencana kegiatan jangka panjang yang ditetapkan dalam proses penyusunan program. Dalam perencanaan laba, manajemen menyusun rencana

operasional yang implikasi keuangannya dinyatakan dalam laporan laba rugi jangka pendek maupun jangka panjang, neraca, kas dan modal kerja yang diproyeksikan di masa mendatang (Puspaningsih, 2002).

Banyak penelitian bidang akuntansi manajemen yang menaruh perhatian pada masalah partisipasi anggaran (Brownell, 1981, dalam Sumarno, 2005). Hal ini dikarenakan anggaran partisipatif dinilai mempunyai konsekuensi terhadap sikap dan perilaku anggota organisasi (Murray, 1990 dalam Sumarno, 2005). Aspek perilaku partisipasi anggaran diartikan sebagai perilaku seseorang saat proses penyusunan anggaran secara partisipatif, dan sebagai akibat dari seseorang yang mencoba hidup dengan anggaran yang disusun secara partisipatif (Rahayu, 1997). Menurut Rosidi (2000), penyusunan anggaran dapat dilakukan dengan pendekatan *top-down* dan *bottom-up*. Pendekatan *top-down* dapat menimbulkan *dysfunctional behaviour* karena manajer tingkat bawah hanya menjalankan apa yang telah digariskan anggaran, sementara pendekatan *bottom-up* atau partisipasi, memungkinkan terjadinya negosiasi diantara para manajer untuk mencapai tujuan organisasi. Agar sasaran dapat dicapai, manajer menengah dan bawah biasanya ikut berpartisipasi dalam perancangan anggaran (Rahayu, 1999). Dengan berpartisipasi dalam perancangan anggaran, manajer merasa dilibatkan egonya dan tidak sekedar terlibat dalam kerja, sehingga diharapkan akan mendorong moral kerja dan inisiatif para manajer (Rahayu, 1999).

Menurut Brownell (1992) dalam Sumarmi dan Rahmawati (2006), mengatakan

partisipasi anggaran adalah suatu proses dimana individu – individu terlibat di dalamnya dan mempunyai pengaruh pada penyusunan target anggaran yang akan dievaluasi dan perlunya penghargaan atas pencapaian target mereka. Anggaran partisipatif mengacu pada pada tingkat dimana manajer berpartisipasi dalam mempersiapkan anggaran dan mempengaruhi sasaran anggaran pada masing-masing pusat pertanggungjawaban (Petrus, 2003). Proses penyusunan anggaran pada dasarnya merupakan proses penetapan peran dimana setiap manajer dalam organisasi diberi peran untuk melaksanakan kegiatan pencapaian sasaran yang ditetapkan oleh anggaran (Rahayu, 1999). Apabila manajer sudah menetapkan suatu anggaran, maka pencapaian sasaran anggaran tersebut hanya dapat dilakukan melalui serangkaian aktifitas yang telah ditetapkan sebelumnya dalam anggaran (Hansen dan Mowen, 1997 dalam Mohamad Nasir, 2008).

Menurut Brownell (1982b) dalam Coryanata (2004), partisipasi penyusunan anggaran adalah tingkat keterlibatan dan pengaruh seseorang dalam proses penyusunan anggaran. Partisipasi dalam penyusunan anggaran melibatkan semua tingkat manajemen untuk mengembangkan rencana anggaran. Anggaran dalam perusahaan berfungsi sebagai alat untuk menentukan sasaran, alat pengendalian dan sebagai salah satu alat untuk menilai kinerja manajer (Rahayu, 1997).

Kinerja manajer adalah kemampuan manajer dalam melaksanakan tanggungjawabnya terhadap kualitas produk (barang dan jasa), kuantitas produk, ketepatan waktu

produk, pengembangan produk baru, pengembangan personel, pencapaian anggaran, pengurangan biaya (peningkatan pendapatan) dan urusan publik (Govindrajan dan Gupta, 1985; Nouri dan Parker, 1998) dalam Supriyono (2005). Menurut pendapat Argyris (1952) dalam Yunita (2005), bahwa kunci pada kinerja efektif adalah tercapainya tujuan – tujuan anggaran dan partisipasi sangat berperan penting dalam mewujudkannya. Ketika bawahan memiliki informasi lebih baik dari pada atasannya, maka sistem kontrol manajemen partisipatif memungkinkan bawahan untuk mengungkapkan informasi pribadinya, yang dapat dimasukkan dalam anggaran pada saat kinerja mereka dinilai (Baiman dan Evans, 1998 dalam Yunita, 2005).

Berbagai peneliti telah menguji hubungan dan pengaruh partisipasi anggaran dan kinerja manajerial, namun hasil penelitiannya menunjukkan hasil yang tidak sama. Penelitian Rahayu (1999), Nor (2007), Yunita (2005), Supriyono (2005), Sumarmi dan Rahmawati (2006), Nasir (2008) dan Rudhianto (2010) menyimpulkan adanya pengaruh positif signifikan antara kinerja manajerial dengan partisipasi anggaran. Namun Bryan dan Locke (1967) dalam Hapsari (2011) dan Sumarno (2005) menyatakan bahwa anggaran berpengaruh negatif terhadap kinerja manajerial. Sedang Yuniarti dan Marga Saty (2008) menemukan bahwa partisipasi anggaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial.

Komitmen organisasi adalah keterterimaan tujuan organisasi dan keinginan untuk berusahamencapaitujuanorganisasi (Porter, Steers dan Mowday, 1974; Angle dan

Perry, 1981; Nouri dan Parker, 1998) dalam Supriyono (2005). Komitmen organisasi yang kuat akan mendorong individu berusaha keras mencapai tujuan organisasi (Angel dan Perry, 1981; Porter et. al., 1974) dalam Sumarno (2005). Riset Sumarno (2005) serta Sardjito dan Muthaher (2007) menyatakan bahwa komitmen organisasi memperkuat hubungan antara partisipasi anggaran dan kinerja. Sedang Yuniarti dan Marga Saty (2008) dan Rudhianto (2010) membuktikan komitmen organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial.

Gaya kepemimpinan yang tepat adalah yang diarahkan kepada keterbukaan dan lebih bersifat humanis yang oleh Coster dan Fertakis (1968) dalam Rudhianto (2010) disebut dengan *consideration*. Hasil penelitiannya menunjukkan gaya kepemimpinan berdampak positif terhadap dorongan penyusunan anggaran. Ikhsan dan Ane (2007) membuktikan bahwa gaya kepemimpinan dapat berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial. Namun, hasil penelitian Sumarno (2005); Yuniarti dan Marga Saty (2008) serta Rudhianto (2010) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial.

Secara umum, bidang akuntansi bisa dikelompokkan dalam dua kategori besar, yakni : akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen (Hasan, 1999). Pengelompokkan tersebut menghasilkan dua macam produk akuntansi, yakni informasi

akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen. Informasi akuntansi keuangan menurut (Indriantoro, 1999 dalam David 2001) bertujuan memberikan petunjuk dalam memilih tindakan yang paling baik dalam mengalokasikan sumber daya yang langka dalam aktifitas bisnis dan ekonomi. Sedangkan informasi akuntansi manajemen menjalankan fungsi manajemen yang berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengendalian. Lebih dari itu informasi akuntansi juga digunakan sebagai penilaian kinerja (*performance appraisal*) individu atau kelompok yang ada di organisasi.

Perkembangan terakhir, pemikir akuntansi melihat akuntansi sebagai teknologi informasi. Dari sudut pandang manapun, bisa disepakati bahwa hasil proses akuntansi berupa informasi akuntansi (Hasan, 1999). Peranan informasi akuntansi sebagai alat untuk menilai prestasi seseorang pertama kali dikembangkan (Argyris, 1952) dalam Poniman (2004) yang meneliti konsekuensi penggunaan informasi akuntansi atau data kuantitatif sebagai alat untuk menilai prestasi untuk bawahan dan menyimpulkan bahwa penggunaan informasi akuntansi dalam hal ini diwakili oleh anggaran untuk menilai kinerja (*performance measure*) berdampak negatif terhadap perilaku (*dysfunctional behaviour*) pada individu yang diukur.

Hirst (1981) dalam Poniman (2004) memasukkan variabel ketidakpastian tugas sebagai variabel yang mempengaruhi perilaku dan kinerja manajer. Ia menyatakan bahwa seseorang akan mengetahui dengan jelas prestasi yang dicapai bila ia bekerja dalam kondisi yang stabil. Hasil penelitian

Fazli (2001) menyimpulkan bahwa informasi akuntansi dan ketidakpastian tugas berdampak pada perilaku manajer hasilnya tidak signifikan. Berbeda dengan David (2001) yang menyimpulkan bahwa informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajer, namun ketidakpastian tugas mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap kinerja manajer. Kemudian penelitian yang dilakukan Poniman (2004) dan Hehanussa (2008) menyimpulkan bahwa ketidakpastian tugas memoderasi pengaruh informasi akuntansi terhadap kinerja manajerial adalah signifikan.

Penelitian Mia (1993), Gul dan Chia (1994) dalam Poniman (2004), Yubiaharto (2003) serta Suranta dan Ernawati (2005) memberikan bukti empiris bahwa ketidakpastian lingkungan mempengaruhi karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen dan kinerja perusahaan. Penelitian Lukito dan Noegroho (2008) menyimpulkan bahwa ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan informasi akuntansi dengan kinerja manajerial. Riset Poniman (2004) menyimpulkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara informasi akuntansi dengan kinerja manajerial. Suranta dan Ernawati (2005) menyimpulkan bahwa informasi *broad scope* sistem akuntansi manajemen akan lebih berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial untuk perusahaan dengan tipe strategi bisnis *defender*.

Dari beberapa penelitian terdahulu, menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian kembali tentang pengaruh partisipasi anggaran dan informasi akuntansi terhadap kinerja manajerial yang dimoderasi oleh komitmen organisasi, gaya kepemimpinan, ketidakpastian tugas, ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan Logis Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis Partisipasi Anggaran dan Kinerja Manajerial

Partisipasi anggaran diharapkan meningkatkan kinerja manajerial, yakni ketika tujuan telah direncanakan dan disetujui secara partisipatif, karyawan akan menginternalisasi tujuan tersebut dan mereka akan memiliki tanggungjawab secara personal untuk mencapainya melalui keterlibatan dalam proses anggaran (Milani, 1975 dalam Hapsari, 2011). Berbagai peneliti telah menguji hubungan dan pengaruh partisipasi anggaran dan kinerja manajerial, namun hasil penelitiannya menunjukkan perbedaan bahkan bertentangan. Brownell (1982) dalam Hapsari (2011) melakukan penelitian terhadap 48 manajer pusat biaya level menengah di San Fransisco yang mengukur hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial dan menemukan hubungan positif dan signifikan. Brownell dan McInnes (1986) dalam Hapsari (2011) juga melakukan penelitian melalui 224 responden dari manajer tingkat menengah di tiga perusahaan manufaktur. Mereka menemukan bahwa partisipasi yang tinggi dalam penyusunan anggaran meningkatkan kinerja manajerial.

Penelitian yang dilakukan Sumarno (2005) menyimpulkan terdapat pengaruh dan hubungan negatif yang kuat antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial, sedangkan penelitian yang dilakukan Yuniarti dan Marga Saty (2008) menyimpulkan partisipasi anggaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial. Yunita (2005) menyimpulkan partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial melalui komitmen organisasi sebagai variabel intervening. Sementara Rahayu (1999) menyimpulkan bahwa partisipasi anggaran berpengaruh terhadap kinerja manajerial. Semakin tinggi tingkat partisipasi dalam penyusunan anggaran, maka akan semakin tinggi tingkat kinerja manajerial yang dicapai sehingga dapat dibuat hipotesis :

H1a : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial.

Partisipasi Anggaran, Komitmen Organisasi dan Kinerja Manajerial

Komitmen organisasi yang kuat akan mendorong individu berusaha keras mencapai tujuan organisasi (Angeldan Perry, 1981; Porter, *et.al.*, 1974 dalam Sumarno, 2005). Partisipasi dalam penyusunan anggaran dapat menimbulkan komitmen dari para manajer untuk melaksanakan dan mencapai anggaran, karena dengan partisipasi terjadi proses negosiasi diantara manajer untuk mencapai tujuan organisasi (Rosidi, 2000). Komitmen organisasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja yang tinggi pula (Randall, 1990 dalam Sumarno, 2005). Sarjito dan Muthaher (2007) menyatakan bahwa komitmen organisasi memperkuat hubungan antara partisipasi anggaran dan kinerja.

Komitmen organisasi dapat memecahkan ekuivakalitas (*equivacality*) karena komitmen organisasi mendorong para manajer mempercayai organisasi, menerima tujuan dan nilai organisasi, dan mau berusaha keras bagi organisasi sehingga memiliki potensi untuk mempengaruhi hubungan antara partisipasi penganggaran dan kinerja manajer (Supriyono, 2005). Apabila komitmen organisasi melibatkan kepercayaan dan keterterimaan tujuan organisasi, maka partisipasi penyusunan anggaran dapat meningkatkan komitmen organisasi. Berarti bahwa pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial akan meningkat apabila komitmen organisasi manajer juga tinggi (Hapsari, 2011).

Sumarno (2005) mengadakan penelitian terhadap 170 pimpinan cabang utama bank – bank di Jakarta. Ia menggunakan *continuance commitment scale* yang dikembangkan oleh Meyer dan Allen (1990) untuk mengukur komitmen organisasi. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa hubungan antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial adalah positif dan signifikan dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi. Coryanata (2004) melakukan penelitian pada manajer di PTS seluruh Indonesia, hasilnya menunjukkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial. Pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial akan tinggi apabila komitmen organisasi yang dimiliki manajer tinggi. Sebaliknya, pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial akan rendah apabila komitmen

organisasi yang dimiliki manajer rendah. Dari uraian tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H1b : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi.

Partisipasi Anggaran, Gaya Kepemimpinan, dan Kinerja Manajerial

Manajer yang ingin berhasil dituntut memiliki kepemimpinan yang efektif (Ruvendi, 2005). Gaya kepemimpinan merupakan perilaku manajer dalam berinteraksi dengan lingkungan organisasi, misalnya dengan bawahan, atasan atau kolega (Wahyudin Nor, 2007). Keberhasilan dalam mengelola suatu organisasi tidak lepas dari faktor kepemimpinan dan sikap bawahan dalam melaksanakan tugas mencapai tujuan organisasi (Wahyudin Nor, 2007). Gaya kepemimpinan adalah pola tindakan pemimpin secara keseluruhan seperti yang dipersepsikan oleh para pegawainya. Gaya kepemimpinan mewakili filsafat, ketrampilan dan sikap pemimpin dalam politik (Keith, 1985 dalam Ruvendi, 2005).

Gaya kepemimpinan yang tepat adalah yang diarahkan kepada keterbukaan dan lebih bersifat humanis yang oleh Decoster dan Fertakis (1968) dalam Sumarno (2005) disebut dengan *consideration*. Hasil penelitiannya menunjukkan gaya kepemimpinan tersebut mempunyai dampak positif terhadap adanya dorongan penyusunan anggaran. Efektivitas partisipasi anggaran sangat dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan manajemen (Fiedler,

1978; Chandra, 1978 dalam Sumarno, 2005). Ikhsan dan Ane (2007) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan dapat berperan sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial. Brownell (1983) dalam Wahyudin Nor (2007) menguji pengaruh gaya kepemimpinan dalam konteks sistem penganggaran dan menemukan bahwa interaksi antara *structure* dan *consideration* memiliki efek yang signifikan terhadap kinerja. Partisipasi yang tinggi dalam penyusunan anggaran akan mempunyai pengaruh positif pada pimpinan yang mempunyai gaya *consideration*. Berdasarkan uraian – uraian tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H1c : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderasi.

Partisipasi Anggaran, Ketidakpastian Tugas, dan Kinerja Manajerial

Proses penyusunan anggaran relatif lebih sulit dalam kondisi pekerjaan yang tidak menentu karena kejadian – kejadian masa yang akan datang sulit diprediksi (Petrus, 2003). Brownell dan Hirst (1986) dalam Petrus (2003) menguji ketidakpastian tugas terhadap partisipasi anggaran, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa manajer akan memiliki tingkat partisipasi yang tinggi terhadap penyusunan anggaran jika perusahaan memberikan tingkat ketidakpastian tugas yang rendah, atau dengan kata lain partisipasi hanya akan tinggi pada saat ketidakpastian tugas rendah. Petrus (2003) melakukan penelitian terhadap 76 manajer dan setingkat manajer pada perusahaan manufaktur

di Kota Makassar. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan partisipasi penyusunan anggaran dan kejelasan sasaran anggaran terhadap kinerja manajerial. Sedangkan pengujian terhadap pengaruh kesesuaian karakteristik sasaran penganggaran (partisipasi penyusunan anggaran dan kejelasan sasaran anggaran) dan ketidakpastian tugas pada kinerja manajerial menunjukkan hasil yang signifikan sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H1d : partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian tugas sebagai variabel moderasi.

Partisipasi Anggaran, Ketidakpastian Lingkungan, dan Kinerja Manajerial

Kren (1992) melakukan penelitian dengan perubahan lingkungan dan informasi sebagai variabel untuk menguji hubungan antara partisipasi dengan kinerja manajerial. Ia menggunakan variabel perubahan pasar yang merupakan koefisien variasi penjualan bersih dan perubahan teknologi yang merupakan koefisien variasi laba sebelum pajak. Namun, Kren (1992) tidak berhasil menunjukkan bahwa pada saat perubahan lingkungan tinggi partisipasi akan meningkat, tetapi pada saat perubahan lingkungan tinggi maka partisipasi akan dipergunakan secara lebih efektif untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan tugas. Rahayu (1999) melakukan penelitian terhadap 81 manajer di sejumlah perusahaan yang tercatat di pasar modal. Ia menguji pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap partisipasi penganggaran dan kinerja manajerial, namun penelitiannya tidak

berhasil membuktikan hipotesa bahwa ketidakpastian lingkungan menguatkan pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. Penelitian lain tentang pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap partisipasi penganggaran dan kinerja manajerial dilakukan oleh Sumarmi dan Rahmawati (2006), mereka melakukan penelitian terhadap 30 manajer fungsional pada perusahaan manufaktur, perusahaan jasa dan perusahaan nirlaba. Hasilnya menunjukkan bahwa partisipasi penganggaran berpengaruh terhadap kinerja manajerial dan ketidakpastian lingkungan akan menguatkan pengaruh partisipasi penganggaran terhadap kinerja manajerial. Ketidakpastian lingkungan akan memperkuat hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial. Dari hasil penelitian tersebut maka akan dikembangkan hipotesis sebagai berikut :

H1e : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderasi.

Partisipasi Anggaran, Strategi Bisnis dan Kinerja Manajerial

Penelitian membuktikan bahwa implikasi dari kinerja partisipasi anggaran disebabkan oleh faktor psikologi, seperti : motivasi, *locus of control* dan sikap; faktor organisasi seperti tingkat desentralisasi dan gaya kepemimpinan; dan faktor lingkungan seperti ketidakpastian dan volatilitas (Riyanto, 1999). Penelitian dilakukan oleh Riyanto (1999), ia menguji 75 manajer divisional yang terdapat pada America's Corporate Families, dalam penelitiannya ia menemukan bahwa sikap dan strategi individual berinteraksi dengan partisipasi

untuk mempengaruhi kinerja positif. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan argumen : (1) Manajer dengan sikap yang loyal terhadap pekerjaan dan perusahaannya, akan lebih berkemauan dibandingkan dengan sikap yang kurang menguntungkan untuk mencurahkan energi dan waktu untuk meningkatkan kinerja organisasi mereka. (2) Kondisi lingkungan dengan strategi yang berbeda, akan memberikan manajer yang memiliki sikap loyal memberikan kesempatan yang lebih baik terhadap pekerjaan dan perusahaannya (daripada manajer di perusahaan-perusahaan yang mengejar strategi dengan biaya rendah) untuk latihan keterampilan dan kemampuan mereka, untuk kemajuan mereka sendiri dan kemajuan organisasi mereka. (3) Manajer yang berpartisipasi dalam proses penganggaran memungkinkan mereka untuk menyalurkan keahlian, kemampuan dan motivasi untuk organisasi. Hal tersebut mengakibatkan persepsi di antara para manajer, bahwa mereka sangat dihargai dan dibutuhkan dalam organisasi. Diharapkan mereka akan melakukannya dengan baik atau, setidaknya mereka akan merasa mereka sudah berusaha melakukannya (Riyanto, 1999). Dari penjelasan di tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H1f : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan strategi bisnis sebagai variabel moderasi.

Informasi Akuntansi dan Kinerja Manajerial

Menurut Hirst (1981) dalam Poniman (2004) informasi akuntansi digunakan sendiri atau bersama dengan informasi lainnya sebagai dasar mengevaluasi prestasi bawahan. Studi

Hopwood (1972) dalam Hehanussa (2008) yang menekankan pada *budget* sebagai informasi akuntansi menyimpulkan bahwa penggunaan informasi akuntansi yang kaku dalam *budget constraint style* akan menimbulkan ketegangan dan ada upaya manipulasi angka. Selanjutnya, Otley (1978) dalam Poniman (2004) menemukan adanya hubungan positif antara pencapaian *budget* dan kinerja manajer yang berkaitan dengan anggaran.

David (2001) melakukan penelitian terhadap 55 manajer koperasi di Karasidenan Madiun, dan hasilnya menunjukkan bahwa informasi akuntansi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja manajer. Poniman meneliti pada 60 direktur BPR di Semarang, dan hasilnya menunjukkan informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja manajerial. Selain itu Lukito dan Noegroho (2008) meneliti 33 responden dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Semarang dan perusahaan Wahana Dinamika Muda, dan hasilnya informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajer. Hehanussa (2008) melakukan penelitian terhadap 23 orang manajer koperasi yang tersebar dalam 10 koperasi di kota Ambon. Hasilnya menunjukkan informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajer. Informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan manajerial. Dari penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H2a: Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial.

Informasi Akuntansi, Komitmen Organisasi, dan Kinerja Manajerial

Informasi akuntansi dibutuhkan dan dipergunakan dalam semua tahap manajemen, termasuk perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan (Hansen dan Mowen, 2006). Informasi akuntansi digunakan sebagai penilaian kinerja individu maupun kelompok yang ada dalam organisasi (Hehanussa, 2008). Manajer yang memiliki tingkat komitmen organisasi tinggi akan memiliki pandangan positif dan lebih berusaha berbuat yang terbaik demi kepentingan organisasi (Mowday, 1997 dalam Ikhsan dan Ane, 2007). Pengukuran kinerja dimaksudkan antara lain untuk mengendalikan dan memotivasi seluruh anggota organisasi agar mereka terfokus pada tujuan organisasi dan merefleksikan bagaimana setiap individu atau kelompok memberikan kontribusi pada keberhasilan organisasi (Atkinson, 1995 dalam Prastiwi, 2006). Seseorang yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi akan mengerahkan kemampuannya untuk memajukan perusahaan sehingga berpengaruh terhadap kinerja manajerial dan dalam tahapan manajemen juga ikut meningkat. Dari penjelasan tersebut dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H2b : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi.

Informasi Akuntansi, Gaya Kepemimpinan, dan Kinerja Manajerial

Informasi akuntansi merupakan informasi kuantitatif finansial yang berguna untuk perencanaan strategis, pengambilan keputusan serta pengendalian operasional

dan manajemen (Poniman, 2004). Manajemen memerlukan sistem evaluasi kinerja yang dapat membantu dalam mengevaluasi prestasi kinerja perusahaan melalui kinerja manajer pada berbagai tingkat pusat pertanggungjawaban, sistem evaluasi kinerja manajer didasarkan sepenuhnya pada data dan informasi termasuk informasi akuntansi sebagai kriteria penilaian kinerja (Lukito dan Noegroho 2008). Gaya kepemimpinan menurut Davis (1985) dalam Ruvendi (2005) adalah pola tindakan secara keseluruhan seperti yang dipersepsikan oleh para pegawainya. Seorang manajer yang ingin berhasil dituntut untuk memiliki kepemimpinan yang efektif. Gaya kepemimpinan yang diterapkan dalam suatu organisasi mempengaruhi perencanaan strategis, pengambilan keputusan serta pengendalian operasional dan manajemen, hal tersebut berhubungan dengan pengevaluasian kinerja manajerial. Sedangkan kinerja manajerial yang efektif bergantung pada padanan yang tepat anatar gaya interaksi pimpinan dengan bawahannya.

H2c : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderasi.

Informasi Akuntansi, Ketidakpastian Tugas, dan Kinerja Manajerial

Hirst (1981) dalam David (2001) memasukkan variabel ketidakpastian tugas sebagai variabel yang dapat mempengaruhi perilaku manajer berdasarkan pertimbangan pengembangan model evaluasi yang dikembangkan Hirst (1981) dalam (Hehanussa, 2008) menyimpulkan

ketidakpastian tugas akan mempengaruhi perilaku dan kinerja manajer. Dengan kata lain, ketidakpastian tugas yang rendah menjadikan informasi akuntansi sebagai ukuran yang relatif sempurna dalam menilai prestasi seseorang dan berdampak positif. Hasil penelitian Hariadi (1990) dalam David (2001) menyimpulkan interaksi antara pengguna informasi akuntansi sebagai alat penilai dan ketidakpastian tidak menunjukkan signifikansinya terhadap tingkat ketegangan bawahan. Fazli (2001) menguji pengaruh informasi akuntansi dan ketidakpastian tugas terhadap perilaku manajer, hasilnya menunjukkan bahwa penilaian prestasi dan kinerja manajer dengan menggunakan informasi akuntansi dan pada saat ketidakpastian tugas rendah cenderung menyebabkan manajer berperilaku positif tidak berpengaruh signifikan.

Hasil penelitian David (2001) terhadap 55 responden koperasi, menyimpulkan bahwa informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial pada saat ketidakpastian tugas sebagai variabel pemoderasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan Poniman (2004) terhadap 60 responden pada BPR di Kota Semarang, menyimpulkan bahwa ketidakpastian tugas berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara informasi akuntansi dengan kinerja manajerial. J. Hehanussa (2008) melakukan penelitian terhadap 23 responden dari 10 koperasi di Kota Ambon, hasilnya mengindikasikan bahwa informasi akuntansi koperasi, ketidakpastian tugas dalam menjalankan fungsi manajer berpengaruh dan mempunyai hubungan dengan kinerja manajer koperasi. Pada saat ketidakpastian rendah, informasi merupakan ukuran relatif

yang sempurna dalam menyimpulkan hasil kinerja manajer dan kecil kemungkinan terjadi perilaku negatif.

H2d : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian tugas sebagai variabel moderasi.

Informasi Akuntansi, Ketidakpastian Lingkungan, dan Kinerja Manajerial

Secara umum ketidakpastian diartikan dengan suatu kondisi dimana segala perubahan biasa terjadi dengan cepat dan tidak terduga (Elvyn, 2001 dalam David, 2001). Bagi perusahaan, sumber utama ketidakpastian lingkungan berasal dari pesaing, konsumen, pemasok, regulator, dan teknologi yang dibutuhkan (Kren dan Kerr dalam Suranta dan Ernawati, 2005). Rahayu (1999) melakukan pengujian empiris atas pengaruh ketidakpastian lingkungan dan partisipasi penganggaran terhadap kinerja manajerial, hasilnya berhasil membuktikan bahwa partisipasi dalam penyusunan anggaran berpengaruh terhadap kinerja manajerial. Temuan tersebut sekaligus mendukung penelitian – penelitian terdahulu, meskipun tidak berhasil dibuktikan hipotesis mengenai ketidakpastian lingkungan menguatkan pengaruh partisipasi penganggaran terhadap kinerja manajerial.

Menurut Gul dan Chia (1994) dalam Lukito dan Noegroho (2009), ketersediaan informasi akuntansi manajemen akan meningkatkan kinerja perusahaan pada kondisi ketidakpastian lingkungan. Hasil penelitian Lukito dan Noegroho (2009) pada 33 responden perusahaan manufaktur di Semarang dan perusahaan Wahana Dinamika

Muda menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara informasi akuntansi dengan kinerja manajerial. Kemudian hasil penelitian Poniman (2004) terhadap 144 responden BPR di Semarang menunjukkan ketidakpastian lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara informasi akuntansi dengan kinerja manajerial.

Mia (1993) dalam Poniman (2004) bahwa informasi sistem akuntansi manajemen broad scope berperan sebagai mediator pada hubungan antara ketidakpastian lingkungan dengan kinerja. Suranta dan Ernawati (2005) melakukan penelitian terhadap 44 responden pada perusahaan manufaktur di kotamadya Surakarta dan hasilnya menunjukkan bahwa informasi broad scope sistem akuntansi manajemen akan lebih berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial ketika kondisi ketidakpastian lingkungan tinggi dibandingkan ketika kondisi ketidakpastian lingkungan rendah. Variabel ketidakpastian lingkungan telah diidentifikasi sebagai variabel kontekstual yang dapat mempengaruhi kinerja manajer (Gordon Narayanan, 1984; Chenhall and Morris, 1986 dalam Poniman, 2004). Manajer memerlukan informasi yang lebih kompleks untuk memprediksi setiap perubahan lingkungan yang terjadi di masa yang akan datang, oleh karena itu dapat diambil hipotesis :

H2e : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderasi.

Informasi Akuntansi, Strategi Bisnis, dan Kinerja Manajerial

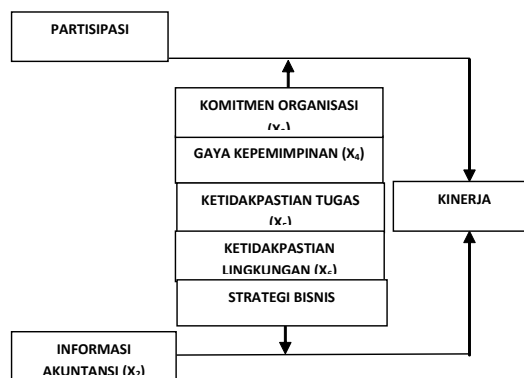
Hasil penelitian empirik menunjukkan bahwa, tipologi strategi organisasi menurut Milles dan Snow (1978) yang terdiri dari *defender*, *analyzer*, *prospector* dan *reactor*, telah digunakan dan diuji validitas serta reabilitasnya (Zahra & Pearce, 1990) dalam Priyono (2004). Penelitian Chong dan Chong (1997) dalam Suranta dan Ernawati (2005) juga membuktikan bahwa ada hubungan tidak langsung antara strategi, PEU (*perceived environment uncertainty*) dan kinerja melalui penggunaan informasi broad scope sistem akuntansi manajemen oleh manajer dalam pengambilan keputusan. Yubiharto (2003) menyatakan bahwa informasi berperan dalam memediasi hubungan antara ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis terhadap kinerja manajerial. Penelitian yang dilakukan Poniman (2004) yang menguji strategi bisnis menyimpulkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara informasi akuntansi dengan kinerja manajerial. Suatu organisasi yang menerapkan strategi prospektor akan mengekspos dirinya untuk suatu domain lingkungan yang lebih luas, oleh karena itu membutuhkan informasi dalam jumlah yang lebih besar sehingga dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H2f : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan strategi bisnis sebagai variabel moderasi.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, satu variabel dependen dan lima variabel moderating. Kerangka

pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1
Gambar Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Partisipasi anggaran, merupakan tingkat keterlibatan dan pengaruh individu dalam penyusunan anggaran (Brownell, 1982b dalam Sumarno 2005). Instrumen ini terdiri dari 6 pertanyaan yang dikembangkan Milani (1975) dan telah diadopsi Sumarno (2005).
2. Informasi akuntansi, merupakan informasi keuangan yang digunakan untuk pengambilan keputusan, pengendalian dan implementasi keputusan (Arnold dan Hope dalam Poniman, 2004). Dalam penelitian ini menggunakan 10 instrumen yang dikembangkan Hirst (1983) dalam Poniman (2004).
3. Kinerja manajerial, yaitu hasil kerja yang dicapai oleh pemimpin dalam suatu organisasi yang meliputi perencanaan, investigasi, koordinasi, supervisi, pengaturan staf, negosiasi

- dan representasi (Mahoney, 1963) dalam Sumarno (2005). Variabel ini, menggunakan 9 instrumen yang dikembangkan oleh (Mahoney, 1963) dalam Sumarno (2005).
4. Komitmen organisasi, yaitu dorongan dari dalam diri individu untuk berbuat sesuatu agar dapat menunjang keberhasilan organisasi sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dan lebih menguntungkan kepentingan organisasi dibandingkan kepentingan sendiri (Wiener, 1982 dalam Sumarno, 2005). Variabel ini menggunakan 9 pertanyaan yang dikembangkan oleh Mowday (1979) dalam Sumarno (2005).
 5. Gaya kepemimpinan merupakan perilaku manajer dalam berinteraksi dengan lingkungan organisasi, misal dengan bawahan, atasan atau kolega, yang diukur dengan instrumen penelitian Fiedler (1981) dalam Sumarno (2005) yang dikenal dengan LPC (Least Preferred Cowoker) skala. Skala tersebut merupakan pasangan kata yang berlawanan, yaitu meliputi 17 pasangan kata dengan skor 1 sampai 8. Jika jumlah skor 64 atau lebih, berarti LPC tinggi (berorientasi pada hubungan) dan jika skor LPC 57 atau kurang, maka LPC rendah (berorientasi pada tugas).
 6. Ketidakpastian tugas merupakan kondisi dimana segala perubahan bisa terjadi dengan cepat dan tidak terduga untuk masa depan sehingga dibutuhkan alternatif-alternatif tindakan (Poniman, 2004). Untuk mengukur variabel ini digunakan 14 instrumen penelitian yang dikembangkan David (2001) dalam Poniman (2004).
 7. Ketidakpastian lingkungan adalah kondisi lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi operasionalisasi perusahaan (Suranta dan Ernawati, 2005) yang diukur dengan 14 instrumen yang dikembangkan Duncan dalam Poniman (2004).
 8. Strategi bisnis adalah suatu rencana terpadu tentang uraian produk, kegiatan, fungsi dan pasar yang saat ini dijalankan perusahaan untuk mencapai tujuan utama perusahaan (Jauch dan Glueck dalam Suranta dan Ernawati, 2005), diukur dengan instrumen yang dikembangkan Miles dan Snow (1978); Govindrajan (1988) dan Yubiharto (2003). Untuk menilai strategi bisnis industri perbankan, digunakan pendekatan *self typing*, yaitu responden diminta melakukan penelitian sendiri tentang strategi bisnisnya. Responden yang memilih strategi *defender* dapat memilih skor 1 atau 2, yang memilih strategi *analyzer* memilih skor 3 dan yang memilih strategi *prospector* memilih skor 4 atau 5.

Obyek Penelitian, Unit Analisis, Populasi dan Sampel

Obyek penelitian ini adalah seluruh kantor cabang bank umum konvensional di Semarang yang terdaftar di Bank Indonesia Semarang. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah para manajer dari berbagai lini yang terlibat dalam proses penyusunan anggaran. Populasi pada penelitian ini adalah para manajer berbagai lini yang terdiri dari direksi, manajer *funding*, manajer kredit, manajer keuangan, manajer personalia dan manajer audit internal. Para manajer tersebut dipilih, karena memiliki tanggung jawab terhadap penganggaran. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia Semarang

per Juli 2011, diketahui terdapat 61 kantor cabang bank umum konvensional di Semarang. Penentuan sampel menggunakan *convenience sampling method*.

Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa jawaban responden yang dipilih dan diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan mengenai partisipasi anggaran, informasi akuntansi, kinerja manajerial, komitmen organisasi, gaya kepemimpinan, ketidakpastian tugas, ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis.

Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan *moderated regression analysis* (MRA) untuk menentukan hubungan interaksi antara tiga variabel dengan satu variabel sebagai variabel moderator (Nunally, 1994 dalam Poniman, 2004). Asumsi yang mendasari adalah data terdistribusi normal dan hubungan antar variabel dependen dengan masing-masing variabel independen adalah linier. Namun sebelumnya akan dilakukan uji analisis data (uji validitas dan reliabilitas) dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek Penelitian

Dari 61 Cabang Bank Umum Konvensional di Semarang, 23 cabang yang bersedia menjadi responden. Tiap cabang dikirimkan 7 kuesioner (2 kuesioner untuk direksi, sisanya untuk manajer pemasaran, manajer kredit, manajer keuangan, manajer

personalia dan manajer audit internal) dengan jumlah total 161 namun hanya 136 kuesioner yang kembali dan yang dapat diolah sejumlah 118 kuesioner (18 kuesioner rusak) sehingga besarnya response rate adalah 86%. Karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Karakteristik Responden

Keterangan	Kriteria	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Pria	61	51,7
	Wanita	57	48,3
Lama Kerja	1 – 5 tahun	42	35,6
	6 – 10 tahun	47	39,8
	11 – 15 tahun	14	11,9
	16 – 20 tahun	7	5,9
	21 – 25 tahun	7	5,9
	26 – 30 tahun	1	0,9
Pendidikan	SMA	0	0
	D3	16	13,5
	S1	96	81,4
	S2	6	5,1
Jabatan	Direksi	16	13,5
	<i>F u n d i n g</i> /	20	17
	pemasaran	29	24,6
	Kredit	24	20,3
	Keuangan	17	14,4
	Personalia	12	10,2
	Audit Internal		

Sumber : Data Primer yang diolah

Analisis Data

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui setiap instrumen memiliki nilai R tabel yang lebih besar dari R hitung. Hal ini berarti semua indikator tersebut adalah valid dan bisa digunakan dalam penelitian. Demikian pula untuk hasil uji reliabilitas dimana seluruh variabel penelitian ini memiliki nilai r alpha antara 0,639-0,938 lebih besar dari *cronbach alpha* maka semua variabel dalam penelitian ini reliabel. Variabel strategi bisnis tidak dilakukan uji validitas dan reliabilitas karena indikatornya hanya satu.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dengan grafik *normal plot* dan kolmogorov-smirnov diketahui bahwa data penelitian terdistribusi normal dan model regresi dapat digunakan sebagai pengujian berikutnya. Kemudian hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,10$ yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95 persen sehingga bebas dari gejala multikolinieritas. Selanjutnya uji hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil uji t untuk H1a menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,376 dan sig. 0,001 sehingga **H1a diterima**. Sedangkan untuk H2a menunjukkan nilai t hitung 3,159 dan sig. 0,002 sehingga **H2a diterima**. Selanjutnya hasil uji MRA untuk membuktikan hipotesis-hipotesis lainnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis dengan
Variabel Moderasi

Variabel	T table	T hitung	Sig.	Hipotesis
x1x3	1,9808	2,637	0,010	H1b diterima
x1x4	1,9808	2,880	0,005	H1c diterima
x1x5	1,9808	2,510	0,013	H1d diterima
x1x6	1,9808	4,682	0,000	H1e diterima
x1x7	1,9808	4,068	0,000	H1f diterima
x2x3	1,9808	1,808	0,073	H2b ditolak
x2x4	1,9808	2,386	0,019	H2c diterima
x2x5	1,9808	3,174	0,002	H2d diterima
x2x6	1,9808	4,654	0,000	H2e diterima
x2x7	1,9808	4,482	0,000	H2d diterima

Sumber : Data primer yang diolah

Pembahasan Hasil Penelitian

H1a : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial

Hasil penelitian membuktikan bahwa partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial. Artinya semakin tinggi manajer terlibat dalam penyusunan anggaran, dapat mengurangi tekanan tugas dan mendapatkan kepuasan kerja sehingga akhirnya akan meningkatkan kinerja karena manajer lebih memiliki rasa tanggung jawab agar anggaran perusahaan agar dapat tercapai. Hasil ini sejalan dengan temuan Brownell (1982b), Brownell dan Mc Innes (1986), Riyanto (1999), Rahayu (1999), Petrus (2003), Yunita (2005), Sumarmi dan Rahmawati (2006), Wahyudin Nor (2007) Nasir (2008) dan Rudhianto (2010). Namun kesimpulan ini tidak sejalan dengan riset Bryan dan Locke (1967), Sumarno (2005), Yuniarti dan Marga Saty (2008).

H2a : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial

Hasil uji hipotesis membuktikan informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial. Hal ini berarti semakin baik informasi akuntansi yang dimiliki perusahaan, semakin baik pula kinerja manajerial perusahaan tersebut. Informasi akuntansi merupakan informasi bagi manajemen dalam hal perencanaan, koordinasi dan evaluasi. Informasi akuntansi dikatakan relevan apabila dapat mempengaruhi keputusan dengan menguatkan atau mengubah pengharapan para pengambil keputusan, dan informasi tersebut dikatakan reliabel apabila dapat dipercaya. Kesimpulan ini konsisten temuan Hopwood (1972), David (2001), Poniman (2004), Suranta dan Ernawati

(2005), J. Hehanussa (2008) dan Lukito dan Noegroho (2008). Tetapi bertolak belakang dengan hasil penelitian Argyris (1952), Fazli (2000).

H1b : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi.

Riset ini berhasil membuktikan bahwa pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial akan tinggi apabila komitmen organisasi yang dimiliki manajer tinggi. Artinya, para manajer memiliki kemauan keras untuk bekerja dengan maksimal demi kemajuan perusahaan dan berpartisipasi aktif dalam penyusunan anggaran untuk dapat mencapai target anggaran sehingga kinerja manajerial akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan temuan Coryanata (2004), Sumarno (2005), Sardjito dan Muthaher (2007) bahwa komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap interaksi antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial. Namun, kesimpulan tersebut tidak sama dengan hasil riset Yuniarti dan Marga Saty (2008) dan Rudhianto (2010).

H1c : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderasi.

Hasil ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan bersifat *consideration*, yang berarti adanya hubungan dekat, saling mempercayai dan saling memperhatikan antara pimpinan dan bawahan. Jadi, pimpinan memberikan kesempatan kepada bawahan untuk berperan aktif dalam penyusunan partisipasi anggaran sehingga meningkatkan kinerja manajerial.

Kesimpulan ini konsisten dengan temuan Decoster dan Fertakis (1968) dan Brownell (1983), dan Ikhsan dan Ane (2007) tetapi bertentangan dengan hasil penelitian Sumarno (2005), Wahyudin Nor (2007), Yuniarti dan Marga Saty (2008) dan Rudhianto (2010).

H1d : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian tugas sebagai variabel moderasi.

Hasil uji hipotesis membuktikan manajer akan memiliki tingkat partisipasi yang tinggi terhadap penyusunan anggaran pada saat tingkat ketidakpastian tugas rendah dengan begitu akan meningkatkan kinerja manajerial. Dalam kondisi ketidakpastian tugas yang tinggi, manajer akan bekerja dalam kondisi dibawah tekanan sehingga pekerjaan yang dilakukannya tidak dapat dikuasai dengan baik. Sebaliknya, dalam kondisi ketidakpastian tugas yang rendah, berarti ada jenis pekerjaan yang rutin dilakukan manajer dalam kesehariannya dan hal tersebut akan memacu manajer untuk bekerja dengan baik sehingga kinerjanya juga akan meningkat. Penelitian ini konsisten dengan Brownell dan Hirst (1986) dan Petrus (2003).

H1e : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini membuktikan bahwa pada saat ketidakpastian lingkungan tinggi maka pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial akan semakin menguat. Ketidakpastian lingkungan sangat mempengaruhi penentuan kebijakan yang diambil perusahaan. Oleh karena

itu, manajer harus memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan secara cepat dan tepat dalam menghadapi kondisi ketidakpastian lingkungan. Manajer yang turut berpartisipasi dalam penyusunan anggaran akan memperoleh informasi mengenai lingkungan perusahaan yang sedang dan akan dihadapi, sehingga mampu untuk memprediksi kondisi ketidakpastian lingkungan yang akan dihadapi dan pada akhirnya tujuan perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Penelitian ini sejalan dengan Govindrajan (1986) serta Sumarmi dan Rahmawati (2006), namun tidak sejalan dengan Kren (1992) dan Rahayu (1999).

H1f : Partisipasi anggaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan strategi bisnis sebagai variabel moderasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tipe strategi bisnis suatu perusahaan akan menguatkan partisipasi anggaran sehingga kinerja manajerial akan semakin baik. Sebagian besar responden menggunakan strategi *analyzer*, yang berarti perusahaan lebih memilih mempertahankan produk yang sudah ada dengan stabil, namun di lain sisi juga mengamati peluang dan perkembangan baru yang dilakukan pesaing utama. Strategi bisnis yang tepat mampu mengefektifkan kegiatan penganggaran sehingga proses penyusunan anggaran dapat dilakukan dengan baik dan target yang disusun akan dengan mudah tercapai dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang baik. Penelitian ini konsisten dengan Riyanto (1999).

H2b : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial

dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi.

Riset ini menunjukkan, komitmen organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan informasi akuntansi dengan kinerja manajerial, jadi komitmen organisasi bukanlah variabel moderasi yang tepat dalam memperkuat/memperlemah hubungan antara informasi akuntansi dan kinerja manajerial. Penelitian ini membuktikan bahwa walaupun manajer memiliki banyak informasi akuntansi, namun belum tentu digunakan untuk merencanakan, mengendalikan dan pengambilan keputusan karena rendahnya komitmen manajer terhadap perusahaan. Jadi banyaknya informasi akuntansi yang dipergunakan untuk meningkatkan kinerja manajerial bukan disebabkan oleh rasa komitmen manajer terhadap perusahaan.

H2c : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderasi.

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa gaya kepemimpinan memiliki peranan penting dalam keberhasilan perusahaan tersebut dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan. Gaya kepemimpinan yang baik (adanya rasa saling percaya dan saling memperhatikan antara pimpinan dan bawahan), akan menyebabkan bawahan memiliki perasaan lebih dihargai sehingga dapat memacu bawahan untuk memberikan kinerja yang lebih untuk perusahaan. Dengan informasi akuntansi memadai yang diperkuat dengan gaya kepemimpinan yang baik akan mampu meningkatkan kinerja manajerial.

H2d : Informasi akuntansi berpengaruh

signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian tugas sebagai variabel moderasi.

Riset ini membuktikan bahwa penggunaan informasi akuntansi pada saat ketidakpastian tugas rendah akan meningkatkan kinerja manajerial. Jadi, pemahaman informasi akuntansi dalam menyelesaikan pekerjaan akan lebih mudah jika manajer berada pada kondisi ketidakpastian tugas yang rendah sehingga dapat mengoptimalkan kinerja mereka. Dengan demikian, tingkat ketidakpastian tugas yang dapat diminimalkan mampu membantu dalam hal pencapaian kinerja yang lebih maksimal. Kesimpulan ini konsisten dengan David (2001), Poniman (2004) dan J. Hehanussa (2007), tidak konsisten dengan Fazli (2000).

H2e : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial dengan ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan informasi akuntansi yang baik pada saat ketidakpastian lingkungan tinggi akan meningkatkan kinerja manajerial. Dalam kondisi ketidakpastian lingkungan yang tinggi, informasi akuntansi merupakan komoditi yang berguna dalam proses perencanaan dan kontrol suatu organisasi karena perusahaan lebih membutuhkan informasi tambahan untuk mengantisipasi kompleksitas lingkungan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Yubiharto (2003) tetapi tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Poniman (2004) dan Lukito (2008).

H2f : Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial

dengan strategi bisnis sebagai variabel moderasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara informasi akuntansi dan kinerja manajerial. Sebagian besar responden menggunakan strategi *analyzer* (gabungan *prospector* dan *defender*), yang berarti perusahaan cenderung menerapkan strategi keseimbangan antara aktivitas yang dilakukan untuk mencapai peluang pangsa pasar baru dengan tetap menjaga hubungan baik dengan debitur dan *supplier* yang lama. Jadi manajer puncak senantiasa memperhatikan kompetitornya secara berkesinambungan berkenaan dengan ide-ide yang akan diambil dan dengan cepat mengadopsi produk yang paling menjanjikan. Oleh karena itu, membutuhkan informasi dalam jumlah yang besar. Penelitian ini sejalan dengan Poniman (2004) namun tidak sejalan dengan Suranta dan Ernawati (2005) dan Lukito (2008).

Simpulan

1. Partisipasi anggaran dan informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial.
2. Komitmen organisasi, gaya kepemimpinan, ketidakpastian tugas, ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial.
3. Gaya kepemimpinan, ketidakpastian tugas, ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara informasi akuntansi dengan kinerja manajerial.
4. Komitmen organisasi tidak mempengaruhi hubungan antara

informasi akuntansi dengan kinerja manajerial.

Keterbatasan Penelitian

1. Dari 61 kantor cabang bank umum konvensional, hanya 23 kantor cabang yang bersedia dijadikan responden, jadi jumlah responden terbatas. Hal tersebut dikarenakan penelitian dilakukan pada bulan November 2011, dimana perbankan dalam masa pengauditan dan tutup buku tahunan sehingga sebagian besar menolak untuk dijadikan responden.
2. Penelitian ini menggunakan metode *survey*, sehingga peneliti tidak melakukan wawancara langsung dengan narasumber guna mengetahui apakah partisipasi anggaran yang dilakukan perusahaan merupakan partisipasi sebenarnya atau hanya partisipasi semu dan kesimpulan yang dibuat berdasarkan instrumen kuesioner yang terkumpul.

Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2011 dimana merupakan waktu yang kurang baik dalam melakukan penelitian. Pada penghujung tahun, perusahaan dihadapkan dengan kegiatan pengauditan dan laporan tahunan perusahaan, jadi kondisi ketidakpastian perusahaan sangat tinggi, yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil jawaban responden. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak melakukan penelitian di penghujung akhir tahun.
2. Disamping metode *survey* melalui kuesioner, disarankan juga untuk melakukan wawancara langsung kepada responden agar hasil jawabannya lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Baridwan, Zaki. 2004. *"Intermediate Accounting"*. BPFF, Yogyakarta.

Christina, Ellen et.al.2002. *"Anggaran Perusahaan Suatu Pendekatan Praktis"*. Gramedia, Jakarta.

Coryanata, Isma. 2004. *"Pelimpahan Wewenang dan Komitmen Organisasi dalam hubungan antara Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial"*. SNA VII Denpasar Bali.

Efendi, David. 2001. *"Pengaruh Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Manajer dengan Ketidakpastian Tugas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris terhadap Koperasi di Eks. Karasidenan Madiun)"*. Tesis Program Pasca Sarjana Studi Akuntansi Undip.

Ekawati, Theresia Dian dan Ch. Wiwik Sunarni. 2006. *"Pengaruh Persepsi Ketidakpastian Lingkungan terhadap Hubungan Antara Partisipasi Anggaran dan Senjangan Anggaran pada Bank Perkreditan Rakyat Milik Pemerintah Di Wilayah Jawa Tengah"*. Modus, Vol. 18 (2).
Fauzi, Hasan. 1999. *"Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Manajer"*. Usahawan No. 9, Th XXVIII.

Hansen dan Mowen, 2006. *"Akuntansi Manajemen"*. Jilid 12. Jakarta : Erlangga.
Hapsari, Nanda. 2010. *"Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Manajerial dengan Komitmen Organisasi dan Locus of Control sebagai Variabel Moderating"*.

Hehanussa, J. Salomi. 2008. *"Analisa*

- Pengaruh Ketidakpastian Tugas terhadap Hubungan antara Informasi Akuntansi dan Kinerja Manajer Pada Beberapa Koperasi di Ambon*". Vol. 2, No. 2.
- Ikhsan dan Ane. 2006."Pengaruh Partisipasi Anggaran terhadap Senjangan Anggaran dengan menggunakan Lima Variabel Pemoderasi". Simposium Nasional Akuntansi 10 Makasar.
- Indriantoro, Nur. 2000. "An Empirical Study of Locus of Control and Cultural Dimensions as Moderating Variables of The Effect of Participative Budgeting on Job Performance and Job Satisfaction". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol.15, No. 1, Hal 97-114.
- Jusup, Al Haryono. 1994. "Dasar-Dasar Akuntansi". Jilid 1. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Kren, Leslie. 1992. "Budgetary Participation and Managerial Performance :The Impact of Information and Environmental Volatility". The Accounting Review.
- Latuheru, Belianus Putra. "Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Senjangan Anggaran Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating". Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. XII, No. 2, Hal. 205-220.
- Lukito, Edy dan Yefta Andi Koes Noegroho. 2008. "Pengaruh Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Manajer dengan Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Bisnis sebagai Variabel Pemoderasi". Jurnal Akuntansi dan Bisnis, Vol. 8, No.1.
- Rahayu, Isti . 1997. "Aspek Perilaku dalam Penganggaran Partisipatif". JAAI, Vol. 1, No.2
- .1999. " Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan terhadap Partisipasi Penganggaran dan Kinerja Manajerial". JAAI, Vol. 3, No. 2.
- Musyarofah, Siti. 2004. "Pengaruh Penggunaan Anggaran dan Gaya Manajemen terhadap hubungan antara Perubahan Strategik dan Kinerja Organisasi".JAAI, Vol. 8, No. 1.
- Nasir, Muhammad. 2008. " Pengaruh Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Manajerial dan Motivasi Sebagai Variabel Intervening". Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi, Vol. 8, No. 3. Hal 214-235.
- Nor, Wahyudin. 2007."Desentralisasi dan Gaya Kepemimpinan sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Partisipasi Penyusunan Anggaran dan kinerja Manajerial". Simposium Nasional Akuntansi X Makasar.
- Poniman. 2004. "Pengaruh Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Manajerial dengan Tiga Variabel Moderating : Studi Empiris pada BPR Wilayah Bank Indonesia Semarang". Tesis Program Pasca Sarjana Studi Akuntansi Undip.
- Priyono, Bambang Suko. 2004. "Analisis Pengaruh Hubungan Ideal Tipologi Strategi Budaya Organisasi Terhadap Kinerja". Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 11, No. 1, Hal. 13-43.

- Prastiwi, Andri. 2006. "Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Alat Evaluasi Kinerja terhadap Perilaku Manajer dalam Dimensi Budaya Organisasi". Jurnal Akuntansi dan Auditing, Vol. 3, No. 1, Hal. 64-84.
- Priyatno, Duwi. 2009. "SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate". Gava Media, Yogyakarta.
- Puspaningsih, Abriyani. 2002. "Pengaruh Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Manajer". JAAI, Vol. 6, No. 2.
- Riyadi, Slamet. 2000. "Motivasi Dan Pelimpahan Wewenang sebagai Moderating dalam Hubungan antara Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial". Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 3, No. 2, Hal. 134-150.
- Riyanto, Bambang. 1999. "The Effect of Attitude, Strategy and Decentralization on The Effectiveness of Budget Participation". Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 2, No. 2, Hal. 136-153.
- Roreng, Petrus Peleng. 2003. "Pengaruh Perceived Task Uncertainty terhadap hubungan Antara Karakteristik Sasaran Penganggaran dan Kinerja Manajerial". Tesis Program Pasca Sarjana Studi Akuntansi Undip.
- Rosidi. 2000. "Partisipasi dalam Penganggaran dan Prestasi Manajer: Pengaruh Komitmen Organisasi dan Informasi Job-Relevant". Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 1, No. 1, Hal 1-15.
- Rudhianto, Hermawan. 2010. "Pengaruh Komitmen Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap hubungan antara Partisipasi Anggaran dan Kinerja (Studi Empiris di Universitas Sebelas Maret)". Tesis Program Pasca Sarjana Studi Akuntansi Universitas Sebelas Maret.
- Ruvendi, Ramlan. 2005. "Imbalan dan Gaya Kepemimpinan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Balai Besar Industrial Hasil Pertanian Bogor". Jurnal Ilmiah Niaga, Vol. 1, No. 1
- Sardjito, Bambang dan Osmad Muthaher. (2007). "Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Aparat Pemerintah Daerah : Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderasi". Simposium Nasional Akuntansi X.
- Sumarni, Saptaningsih dan Diana Rahmawati. 2006. "Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan terhadap Partisipasi Penganggaran dan Kinerja Manajerial". Janavisi, Vol. 9, No. 3
- Sumarno, J. 2005. "Pengaruh Komitmen Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Partisipasi Anggaran dan Kinerja Manajerial (Studi Empiris pada Kantor Cabang Perbankan Indonesia di Jakarta)". Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo.
- Supriyono, R.A.. 2005. "Pengaruh Komitmen Organisasi, Keinginan Sosial, dan Asimetri Informasi terhadap Hubungan antara Partisipasi Penganggaran Dengan Kinerja Manajer". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 20, No. 1, Hal 40-56.

- Suranta, Sri dan Ernawati. 2005. *"Pengaruh Strategi Bisnis dan Ketidakpastian Lingkungan terhadap Hubungan Antara Informasi Broadscope Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Manajerial"*. Jurnal Akuntansi dan Investasi, Vol. 6, No.1.
- Syam, Fazli dan Indra Wijaya Kusuma. 2001. *"Pengaruh Informasi Akuntansi dan Ketidakpastian Tugas terhadap Perilaku Manajer : Sebuah Eksperimen Semu"*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 4, No. 3, Hal. 314-331.
- Trisnaningsih, Sri. 2004. *"Motivasi Sebagai Variabel Moderating Dalam Hubungan Antara Komitmen Dengan Kepuasan Kerja."* Jurnal Maksi, Vol. 4.
- Wirjono, Endang Raino dan Agus Budi Raharjo. 2007. *"Pengaruh Karakteristik Personalitas Manajer Terhadap Hubungan Antara Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran dengan Kinerja Manajerial"*. Kinerja, Vol. 11, No. 1, Hal. 50-63.
- Yenti, Riza Reni. 2004. *"Pengaruh Keadilan distributif, Keadilan Prosedur, Komitmen Terhadap Tujuan dan Motivasi Terhadap Kinerja Manajerial dalam Penyusunan Anggaran"*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 2, No. 2.
- Yubiharto. 2003. *"Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Manajerial dengan Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen sebagai Variabel Intervening"*. Tesis Program Pasca Sarjana Undip.
- Yuniarti, Evi dan Fadila Marga Saty. 2008. *"Pengaruh Komitmen Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap hubungan antara Partisipasi Anggaran Dan Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Kantor Cabang Di Propinsi Lampung)"*. Jurnal Ilmiah ESAI, Vol. 2, No. 1.
- Yunita. 2005. *"Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Manajerial : Komitmen Organisasi dan Kecukupan Anggaran sebagai Variabel Kontinjen"*.

Menghindari *Green Marketing Myopia*: Upaya Peningkatan Performa Produk Ramah Lingkungan

Berta Bakti Retnawati
FEB Unika Soegijapranata Semarang
bertabekti@gmail.com

Abstract

In practice, green appeals are not likely to attract mainstream consumers unless they also offer a desirable benefit. To avoid green marketing myopia, marketers must fulfill consumer needs and interest beyond what is good for the environment. The Three Cs of consumer value position, calibration of consumer knowledge, and credibility of product claims are three important principles to avoid green marketing myopia. Third parties with respected standards for environmental testing and Eco- certifications can help to clarify and bolster the believability of product claims.

Keywords: *Green marketing myopia, three Cs.*

PENDAHULUAN

Era pemasaran sekarang ini semakin menegaskan pentingnya memperlakukan alam dan lingkungan sebagai kekuatan penyeimbang dalam memenangkan persaingan. Pemasaran yang berbasis pada kelestarian lingkungan “*environmental marketing*” merupakan perkembangannya nyata sekarang ini dalam bidang pemasaran, dan merupakan suatu peluang yang potensial dan strategis yang memiliki keuntungan ganda (*Multiplier effect*) baik pelaku bisnis maupun masyarakat sebagai pengguna.

Ottman dkk (2006) menegaskan meskipun di dunia tak ada satu produk pun yang sama sekali tidak memberi dampak bagi lingkungan, sekecil apapun dampak tersebut, namun dalam bisnis terms “*green product*” dan “*environmental product*” tetap menjadi perhatian pemasar dewasa ini. Kedua hal tersebut acap dipakai

untuk menggambarkan bahwa produk yang dihasilkan memberi kontribusi pada lingkungan yang sehat dengan tidak memakai zat berbahaya, hemat energy, pemakaian sumber daya yang berbasis pro lingkungan, pengurangan polusi dan sumber daya alam yang efisien.

Paul Hawken dkk dalam bukunya *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*, menyatakan era greener, akan lebih banyak produk berkelanjutan yang membutuhkan peningkatan dramatis akan produktivitas sumber daya alam, mengikuti model produksi yang bersifat biological/cyclical, peningkatan dematerialization, serta reinvest dan berkontribusi pada ‘natural’ capital di planet bumi ini (1999). Adanya peningkatan biaya energi (*energy prices*), ketergantungan minyak pada negara lain, dan tuntutan pada konservasi energi yang menuntut pentingnya penciptaan

peluang bisnis yang mengedepankan produk-produk yang efisien, clean energy, dan inovasi produk yang memiliki kepekaan pada aspek lingkungan, disebut sebagai produk “*cleantech*”.

Lebih lanjut Thomas L. Friedman dalam Ottman(2006) menyatakan bahwa kebijakan pemerintah dan industry yang cenderung melakukan strategi ‘*geo green*’ akan sangat mendukung peningkatan efisiensi energi, energi terbarukan, dan inovasi *cleantech* di negara tersebut. Untuk itu percepatan pemanfaatan peluang-peluang ekonomi dalam globalisasi menuju langkah-langkah sustainable, dibutuhkan produk hijau yang memang sesuai dengan keinginan pasar baik yang sudah maupun yang belum peka/sadar pentingnya aspek lingkungan (*green/non green consumer*) dalam suatu produk. Dalam konteks inilah diperlukan pemahaman yang tepat akan pemasaran hijau, dengan tetap mengedepankan preferensi konsumen sebagai target pasar.

GREEN MARKETING

Dari sisi marketing, adanya dinamika pasar serta perubahan orientasi dan perilaku konsumen membuat para marketer mencari cara-cara baru dalam memasarkan produk mereka. Muncullah konsep Green Marketing. Pentingnya pemahaman integrasi dari isu lingkungan pada area produk seluruh aspek dari aktivitas perusahaan, mulai dari formulasi strategi, perencanaan, penyusunan, sampai produksi dan penyaluran atau distribusi dengan pelanggan membutuhkan pendekatan pemasaran hijau (*green marketing approach*).

Pendekatan pemasaran hijau sendiri dalam Nanere(2010), dijelaskan bahwa marketing dideskripsikan sebagai usaha organisasi atau perusahaan mendesign, promosi, harga dan distribusi produk-produk yang tidak merugikan lingkungan. Pujari dan Wright (1995) mengungkapkan bahwa pemasar (marketer) perlu memandang fenomena tersebut sebagai satu hal yang berpotensi sebagai peluang bisnis. Kalafatis (1999) mengatakan bahwa para pemasar memandang fenomena dalam lingkungan pemasaran sebagai kesempatan bisnis dalam upaya perusahaan mengembangkan dan mengimplementasikan rencana jangka panjangnya secara proaktif pada strategi lingkungan perusahaan. Ottman (1994) mengatakan bahwa saat ini perhatian pemasar harus banyak dicurahkan pada *environmental marketing*.

Klaim-klaim ramah lingkungan tidak lagi terbatas pada komposisi atau karakteristik produk yang dihasilkan namun juga pada proses dan teknik produksinya. Menarik untuk disimak upaya salah satu perusahaan dalam mengaplikasikan green marketing dalam mengoptimalkan kekuatan produk yang dihasilkan benar-benar bisa berkontribusi dalam peningkatan mutu lingkungan (Wibowo dalam majalah Usahawan, 2002).

Johnson & Johnson dalam strateginya menggaet konsumen hijau memaparkan melalui riset selama 30 bulan mereka telah berhasil menekan pemborosan pada kemasannya. Dengan mengubah teknik pengemasan sehingga dapat menggunakan kertas yang lebih tipis tapi lebih kuat serta disain kemasannya sendiri perusahaan ini telah mengurangi bobot kemasan

sebesar 2.750 ton, menghemat lebih 1.600 ton kertas senilai US\$ 2,8 juta. Penghematan penggunaan kertas tersebut diperhitungkan bisa menyelamatkan 330 hektar hutan untuk diolah menjadi pulp sebagai bahan baku kertas.

Akan tetapi klaim produk ramah lingkungan kadang masih menimbulkan keraguan bagi pasar sasaran, sehingga beberapa perusahaan memilih memposisikan perusahaan, bukan produk secara keseluruhan sebagai perusahaan yang peduli pada lingkungan. Semisal proses produksi yang lebih efisien menggunakan energi dan bahan baku, menghasilkan limbah yang lebih sedikit dan lebih aman sehingga mudah dan murah untuk membuangnya ke lingkungan, serta riset-riset penggunaan barang daur ulang sering digunakan untuk menjangkau simpati konsumen. Strategi ini mereka pandang jauh lebih efektif dan aman dibandingkan mengklaim langsung bahwa produk mereka telah ramah lingkungan ((Wibowo dalam majalah Usahawan, 2002). Keterbatasan ilmiah dan perkembangan pengetahuan yang pesat membuat perusahaan harus sangat berhati-hati dalam kampanye lingkungannya.

GREEN MARKETING MYOPIA

Myopia berarti rabun jauh. Myopia pemasaran adalah sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Akademi Pemasaran, Ted Levitt dalam artikelnya yang diterbitkan pada Harvard Business Review tahun 1960 dengan judul "*Marketing Myopia*". Menurut Levitt, kebanyakan organisasi tidak mampu mencapai potensinya dan membuka jalan bagi kegagalannya karena pendekatan myopia. Ciri dari pendekatan

myopia adalah pada organisasi dan produk tapi mengabaikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Levitt berpendapat bahwa organisasi harus melihat pemasaran dari titik pandang pelanggannya. Pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan menurut Levitt hanya bisa terjadi pada seberapa besar kita mendefinisikan aktifitas bisnis kita dan memahami kebutuhan pelanggan. Sehingga pertanyaan yang sering muncul adalah, "Bidang bisnis apa yang kita geluti?" (Gani dalam www.lib.ui.ac.id).

Contoh klasik yang dikemukakan oleh Levitt adalah Perusahaan Perkeretaapian Amerika yang pernah sangat berjaya dalam sejarah bisnis di negara Paman Sam ini. Bisnis perjalanan kereta api kemudian menjadi redup karena para pelakunya salah dalam memahami bisnis yang ditekuni. Mereka berorientasi pada bisnis perkeretaapian bukan pada bisnis transportasi. Dengan kata lain mereka berorientasi pada produk bukan berorientasi pada pelanggan. Apa yang ingin disampaikan oleh Levitt adalah organisasi apa pun seharusnya berpikir bahwa tugasnya bukanlah untuk memproduksi barang atau jasa tetapi untuk mendapatkan pelanggan. Hal ini berlaku juga untuk produk hijau (*green product*), yang penanganannya memakai konsep *green marketing*.

Ottman (2006) menyatakan sejatinya dalam *green marketing* ada dua pihak yang harus mendapat kepuasan yakni perbaikan kualitas lingkungan serta kepuasan konsumen sebagai target pasar. Bila terjadi ketidakharmonisan kedua pihak tersebut, akan sangat mudah menjadi

green marketing myopia. Banyak produk yang diklaim sebagai produk hijau ternyata gagal memenuhi harapan pasar, berakibat performa produk lemah di pasaran. Contoh: Whirpool di Amerika pada tahun 1994 melaunching kulkas yang diposisikan sebagai '*energy wise*' dengan penghematan energy mencapai 30% yang melebihi standar yang disyaratkan pemerintah disana. Namun ternyata penjualan tidak tinggi karena *CFC-free benefit* tidak seimbang dengan harga yang harus dibayar lebih mahal oleh konsumen, produk tersebut dianggap konsumen tidak memiliki fitur tambahan yang diinginkan konsumen.

Bila produk pro lingkungan tidak member kepuasan sesuai yang diharapkan dari sisi preferensi konsumen, kondisi *green marketing myopia* lah yang terjadi. Kondisi yang terjadi di pasar justru banyak produk yang diklaim hijau tidak laku di pasar, menurut konsumennya gagal memenuhi aspek kenyamanan, harga terlalu mahal, kinerja rendah, sehingga kontribusi terhadap perbaikan lingkungan terabaikan. Dalam menyikapi hal tersebut, menghindarkan terjadinya green marketing myopia ada tiga prinsip C yang ditawarkan (Ottman, 2006): yakni *consumer value position*, *calibration of consumer knowledge*, dan *credibility of product claims*.

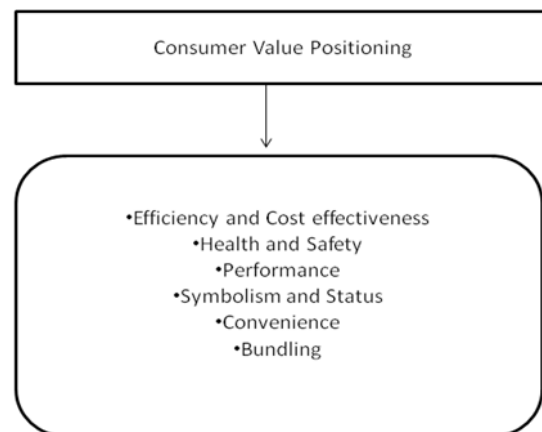
MENGHINDARI JEBAKAN *GREEN MARKETING MYOPIA* DENGAN PRINSIP 3C

Menyeimbangkan tuntutan konsumen dengan kekuatan produk pro lingkungan sebagai syarat mutlak keberhasilan *green*

product diterima di pasar.

• *Consumer Value Position*

Keberhasilan produk hijau bisa diterima pasar yang sebelumnya tidak sepenuhnya mempedulikan aspek lingkungan biasanya ada karakter-karakter penguat yang memberikan manfaat yang dilekatkan pada produk hijau tersebut. Ada lima hal yang secara umum diasosiasikan kuat melekat pada produk hijau mencakup: efisiensi dan efektifitas harga, health dan safety, kinerja, symbol dan status, serta kenyamanan. Seperti terlihat dalam gambar berikut:



(Ottman, 2006)

Pada manfaat pertama yakni efisiensi dan efektifitas biaya, yang paling terlihat dari value position ini adalah pemanfaatan energy dan sumber daya yang efisien. Aspek kesehatan dan keselamatan menjadi manfaat berikutnya yang bisa ditawarkan pada suatu produk, hal ini tepat untuk konsumen yang rentan, seperti perempuan hamil, anak-anak, ataupun usia lanjut. Produk dibuat dengan meminimalisir penggunaan zat berbahaya disertai proses produksi yang aman. Positioning produk akan tepat pada produk yang ditujukan

untuk konsumen yang sangat peka pada aspek kesehatan dan juga konsumen yang sadar akan kesehatannya. Secara khusus Ottman menyatakan bahwa dalam aspek ini konsumen akan menyukai produk yang member pesan yang menyangkut 'personal environment' mereka. Konsumen akan lebih menyukai produk yang menyatakan '*safe to use around children, no toxic ingredients, no chemical residues, no strong fumes, not tested on animals, ataupun packaging can be recycled*'. Akan semakin banyak produk yang sangat memperhatikan detail dampak bagi kesehatan personal semisal tidak mengganggu pendengaran, mata, sakit kepala, dan lainnya.

Pada aspek kinerja (performance), tantangan produk hijau dewasa ini tidak lagi sekedar produk yang memposisikan sebagai produk ramah lingkungan dengan harga premium, namun lebih dari sekedar itu harus ditunjukkan dengan kinerja yang memang lebih baik dibanding sebelumnya.

Aspek kenyamanan produk mestilah melengkapi produk hijau sebagai cara untuk unggul dalam kompetisi. Semisal lampu pijar dengan teknologi LED (*Light Emitting Diodes*) dipandang lebih efisien dan awet dibanding teknologi CFL (*Compact Fluorescent Light*), dengan kelebihan lain lampu lebih terang dan tidak terpengaruh oleh cuaca panas atau dingin. LEDs banyak dipakai untuk lampu pengatur lalu lintas karena kelebihan kinerja dibanding teknologi lainnya.

Kekuatan *bundling*, juga menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam *value positioning*. Keputusan pembelian konsumen untuk produk hijau banyak

dipengaruhi factor non environmental logic, semisal after sales service, kualitas, merek, kemudahan penggunaan produk, kemudahan mendapatkan barang, garansi waktu jangka panjang, citra perusahaan dengan aktifitas CSR, taupun aspek penghematan. Faktor-faktor ini juga mempengaruhi kenyamanan konsumen yang membuat mereka mengambil keputusan membeli produk yang ditawarkan. *Bundling benefits* (beberapa manfaat yang ditawarkan sekaligus) dalam satu produk akan memberi keyakinan diri konsumen untuk memilih produk.

Keberhasilan program *green marketing* memiliki cakupan yang luas baik dari sisi keunggulan produk terhadap lingkungan juga mencakup juga preferensi konsumen di luar nilai aspek lingkungan. Penciptaan strategi *green marketing* akan efektif bila atribut produk hijau dilekatkan juga dengan value yang diinginkan konsumen. Misal efisiensi energy dikaitkan dengan penghematan finansial dalam jangka panjang (Ottman, 2006).

• *Calibration of Consumer Knowledge*

Produk hijau akan lebih berhasil diterima konsumen dengan memberikan komunikasi, pesan edukasi dan slogan yang tepat diharapkan oleh konsumen. Pesan edukasi yang disampaikan pada konsumen akan diterima dengan baik bila produk hijau ini memang memiliki atribut yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Kerangka atribut produk pro lingkungan (*frame environmental product attributes*) haruslah bisa menawarkan 'solusi' sesuai kebutuhan pasar.

Asosiasi positif yang tertangkap dengan baik di benak konsumen akan memudahkan dalam proses keputusan pembelian konsumen. Semisal “*Money Isn’t All You’re Saving*”, memberikan asosiasi tak hanya manfaat ekonomi yang dilakukan namun juga usaha kontribusi penyelamatan bumi menjadi perhatian yang cukup efektif menarik perhatian konsumen.

Keterkaitan antara manfaat pada aspek lingkungan dan manfaat langsung bagi konsumen seperti yang dilakukan pada perusahaan makanan organik dengan slogannya “*Delicious produce is our business, but health is our bottom line*” dengan membuat produk tanpa pestisida, sebagai alat komunikasi yang bermanfaat dan menyehatkan.

Internet bisa juga dimanfaatkan sebagai sarana dalam penciptaan edukasi kesadaran lingkungan dan manfaat langsung yang bisa dirasakan konsumen, semisal interactive web dari satu produk sabun cuci yang memungkinkan konsumen menghitung sendiri biaya yang dikeluarkan untuk keperluan laundry, pemakaian listrik, dan lainnya.

- ***Credibility of Product Claims***

Kredibilitas produk merupakan pondasi efektifitas *green marketing*. *Green product* semestinya mampu memenuhi atau justru memberi nilai melebihi ekspektasi konsumennya. Janji produk sesuai *consumer value* dan memberikan kemanfaatan dari sisi manfaat lingkungan yang penting (*substantive environmental benefits*). Hal ini penting dipahami pemasar mengingat konsumen yang belum memiliki pemahaman dan kemampuan

mengidentifikasi nilai konsumen dan produk hijau akan bertindak skeptis dan mispersepsi terhadap produk yang ditawarkan. Keyakinan konsumen haruslah dipenuhi dengan manfaat yang spesifik dan berarti (*be specific and meaningful*). Klaim produk hijau diharapkan *humble*, bersahaja, sesuai dengan kualitas yang dikomunikasikan, serta tidak boleh *overpromise*.

Atribut pada produk hijau perlu dikomunikasikan dengan jujur dan bisa dipercaya. Dengan kata lain manfaat yang dirasakan konsumen dan klaim pro lingkungan perlu dibandingkan dengan sesuatu yang masuk akal.

DUKUNGAN PIHAK KETIGA

Untuk menunjang keberhasilan penerimaan produk di pasar, dukungan pihak ketiga dalam hal ini adalah *third party endorsements* dan *eco-certifications*. Meskipun demikian tidak bisa dipungkiri bahwa dukungan pihak ketiga pun bisa menimbulkan keraguan di pasar, semisal metodologi yang dipakai untuk membuktikan produk benar-benar pro lingkungan ataupun kriteria yang dijadikan standar oleh pihak ketiga ini.

- ***Third party endorsements***

Kekuatan pihak ketiga yang memiliki kredibilitas tinggi terhadap perbaikan lingkungan diakui masyarakat akan sangat membantu produk diterima pasar. Pihak pemerintah terkait, laboratorium independen, konsultan, ataupun organisasi nirlaba yang concern terhadap aspek lingkungan bisa diajak dalam mengedukasi kelebihan produk di pasar.

- **Eco-certifications**

Demikian halnya dengan sertifikasi produk pro lingkungan (semacam *Green Seal and Scientific Certification Systems*) dengan reputasi tinggi terhadap kepedulian lingkungan, bisa member informasi bahwa produk memiliki ‘eco-profile’ member kontribusi positif terhadap perbaikan lingkungan hidup.

BEBERAPA PRODUK DAN PERUSAHAAN GLOBAL PRO LINGKUNGAN

Contoh-contoh perusahaan yang telah memperoleh predikat “bisnis hijau” ini diambil dari web kementerian Lingkungan Hidup (www.menlh.go.id), beberapa diantaranya adalah:

1. The Body Shop

Proteksi lingkungan dan kesinambungan yang berwawasan lingkungan, menjadi bagian dari misi dan visi. Konsistensi yang tinggi terhadap nilai-nilai lingkungan yang meliputi seluruh aspek yang ada dalam perusahaan (pengembangan produk, produksi, pengelolaan energi dan limbah, proteksi konsumen, kebijakan lingkungan dan sosial).Keuntungan perusahaan dialihkan menjadi program-program sosial lingkungan. Menggunakan teknologi sederhana yang menggunakan sumber daya yang dapat diperbaharui.

Bisnis dengan produk pro lingkungan merupakan keunggulan bersaing yang efektif dan telah menjadikan perusahaan sukses secara global.

2. P & G

Strategi perusahaan untuk menjadi “bisnis

hijau” melalui “total system approach” yaitu melakukan perubahan sistem pada seluruh bagian yang ada meliputi penggunaan sumber daya alam, desain produk, kemasan, produksi, transportasi dan pengolahan limbah. Filosofi yang digunakan adalah “*Total Quality Environment Management*”; dan hal ini menjadi kerangka kerja yang terintegrasi pada seluruh asosiasi perusahaan. Kunci sukses dalam penyelesaian masalah lingkungan adalah melakukan inovasi teknologi dan penelitian ilmiah mengenai perencanaan produk, kemasan dan proses produksi.

Untuk memulai program lingkungan, perusahaan memberikan kesempatan, insentif dan penghargaan pada setiap karyawannya yang melakukan upaya pengelolaan lingkungan. Mulai dari karyawan terendah sampai dengan top manajemen bertanggung jawab atas keberhasilan program lingkungan. Secara terus menerus berupaya menetapkan standar dan sistematika operasi untuk meningkatkan efisiensi dalam kaitannya dengan penyelesaian masalah lingkungan. Melibatkan seluruh “stakeholder” dalam upaya pengelolaan lingkungan yang meliputi konsumen, supplier, distributor dan pemerintah. Menetapkan sasaran “zero pollution” dengan melakukan peningkatan kinerja dalam hal pengelolaan lingkungan dan selalu mengukur setiap kemajuan kinerja.

3. Loblaw International Merchants

Sebagai suatu perusahaan “retail”, maka strategi yang digunakan untuk membangun “bisnis hijau” melalui pendekatan “product line” yaitu perusahaan menetapkan sejumlah

produk yang ramah lingkungan, sebanyak 15 % dari total produk yang di pasaran. Strategi ini berdampak langsung terhadap peningkatan keuntungan dan “market share” dalam bisnis “retail”. Atribut lingkungan pada produk dan kemasan merupakan keunggulan dalam strategi bersaing. Secara umum variabel-variabel marketing (produk, kemasan, harga, promosi, distribusi) dan jenis manajemen yang dipakai merupakan suatu alat yang unggul dalam mengimplementasikan program lingkungan. Mengupayakan “suppliers” menciptakan produk dan kemasan yang ramah lingkungan.

Mengembangkan orientasi “vendor” agar memiliki kebijakan yang berwawasan lingkungan, sehingga kebijaksanaan-kebijaksanaannya dapat mempengaruhi antara lain: penggunaan sumber daya energi, spesifikasi produk dan kemasan serta program pengelolaan limbah. Untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen, diadakan diskusi interaktif dengan masyarakat.

4. The 3M Company

Tema “*cost effective green technology*” menjembatani perusahaan untuk berwawasan lingkungan. Perusahaan mengembangkan teknologi baru yang dapat meminimalkan penggunaan sumber daya alam, mengurangi polusi, minimisasi limbah dan daur ulang limbah. Memperkenalkan program 3P (*Pollution Prevention Pays*) yaitu mencegah polusi pada sumbernya, untuk menghindari biaya pengelolaan limbah yang relatif besar. Dalam 15 tahun pertama, perusahaan berhasil mengurangi 123.000 ton limbah ke udara, 16.400 ton limbah cair, 409.000

ton limbah padat dan hal ini identik dengan perusahaan dapat menghemat biaya sebesar \$500 juta. Perusahaan memotivasi seluruh karyawannya untuk terlibat dalam pengelolaan lingkungan dan memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi. Mendirikan 2 divisi yang terpisah untuk menangani masalah pengelolaan lingkungan yaitu “*Environmental engineering division*” dan “*Pollution control division*”.

SIMPULAN

Menghindari terjadinya *green marketing myopia* diperlukan aplikasi prinsip pemasaran yang baik untuk memastikan bahwa produk hijau ini benar-benar sesuai keinginan konsumen. Peluang pertumbuhan produk hijau akan semakin besar dewasa ini, seiring dengan semakin meningkatnya biaya-biaya energi, meningkatnya polusi, pemanfaatan sumber daya, tekanan politik. Hal ini mendorong terjadinya inovasi produk yang lebih sehat, lebih efisien, dan memiliki performa yang tinggi.

Hawken (1999) seorang penulis *Natural Capitalism*, menyatakan bahwa model bisnis berkelanjutan mensyaratkan ‘*product dematerialization*’ yakni dalam bisnis tidak sekedar menjual barang namun menjual jasanya juga.

Inovasi produk hijau dengan mempertimbangkan 3C yakni *consumer value position, calibration of consumer knowledge, dan credibility of product claims* diharapkan akan menghindarkan produk dari penyakit *myopia* pada *green product*.

Daftar Pustaka

- Gani, Fuad, Myopia Pemasaran Perpustakaan, dalam www.lib.ui.ac.id, 2011.
- Hawken, Lovins, "A Road Map for Natural Capitalism", *Harvard Business Review*, May-June, 1999.
- Kalafatis, S., Pollard, M., East, R. and Tsogas, M.H. "Green marketing and Ajzen's Theory of Planned Behaviour: a cross-market examination", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16 No. 5, 1999.
- Nanere, M. "What Green Marketing Has to Offer", International Conference Indonesian Management Scientist Ass (AIMI). La Trobe University, Bendigo, Australia, 2010.
- Ottman, Jacquelyn A, Edwin R. Stafford, and Cathy L. Hartman, "Avoiding Green Marketing Myopia", *Environment*, Vol 48 Number 5, 2006.
- Pujari, D. and Wright, G, ``*Strategic product planning and ecological imperatives towards a taxonomy of strategic, structure and process: a multi-case study of companies in the UK and Germany*`, MEG Conference, June, University of Bradford, 1995.
- Wibowo, Buddi, Majalah Usahawan, no 06 Th XXXI, Juni 2002
www.menlh.go.id

Peran Modal Sosial Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau Di Kabupaten Wonosobo

Budhi Cahyono

Ardian Adhiatma

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

budhicahyono@yahoo.com

ardian_adhi@yahoo.com

Abstrak

Dimensi modal sosial menggambarkan segala sesuatu yang membuat masyarakat bersekutu untuk mencapai tujuan bersama atas dasar kebersamaan, serta didalamnya diikat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang tumbuh dan dipatuhi, serta sosial inheren dalam struktur relasi sosial dan jaringan sosial di dalam suatu masyarakat yang menciptakan berbagai ragam kewajiban sosial, menciptakan iklim saling percaya, membawa saluran informasi, dan menetapkan norma-norma, serta sangsi-sangsi sosial bagi para anggota masyarakat tersebut (Coleman, 1999). Namun demikian Fukuyama (2000) dengan tegas menyatakan, belum tentu norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dipedomani sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah-laku itu otomatis menjadi modal sosial. Akan tetapi hanyalah norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dibangkitkan oleh kepercayaan (trust). Dimana trust ini adalah merupakan harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas masyarakat yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh para anggotanya. Populasi dalam penelitian terdiri dari petani tembakau, tokoh masyarakat, dan aparat pemerintah kecamatan dan desa dari delapan desa yang terpilih sebagai sampel. Sementara itu jumlah responden sebanyak 104 orang, yang terdiri dari 80 petani tembakau, 16 tokoh masyarakat, 16 perangkat desa, dan 2 orang perangkat kecamatan. Variabel penelitian meliputi kajian ekonomi, sosial budaya, kajian demografi, karakteristik petani tembakau, dan efektivitas modal sosial. Pengumpulan data dengan menggunakan focus group discussion (FGD) dengan responden, dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai kepercayaan dalam modal sosial sangat dominan sebagai dasar bagi masyarakat pedesaan untuk dijadikan modal dalam peningkatan fungsi yang lain, seperti peningkatan respek dan keuntungan bersama. Permasalahan dalam optimalisasi modal sosial menyangkut masalah alam, masalah sumber daya manusia, dan masalah manajemen. Sementara itu untuk mengoptimalkan peran modal sosial di pedesaan perlu adanya dukungan dari berbagai pihak, seiring dengan tuntutan masyarakat pedesaan terkait dengan pentingnya program pendampingan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat pedesaan dengan meningkatkan ketrampilan bertani, dan meningkatkan diversifikasi pertanian. Selain itu juga perlunya dukungan kepemimpinan transformasional untuk meningkatkan optimalisasi peran modal sosial.

Kata-kata Kunci: Modal sosial, kesejahteraan, kepemimpinan transformasional, pendampingan

LATAR BELAKANG

Problem kemiskinan di Indonesia merupakan masalah sosial yang relevan untuk dikaji terus menerus dan dicarikan solusinya. Gejala kemiskinan semakin meningkat sejalan dengan terjadinya krisis multidimensional yang dihadapi oleh Indonesia. Kemiskinan muncul sebagai akibat dari model pembangunan di Indonesia yang lebih menekankan pada pertumbuhan ekonomi secara berlebihan dan mengabaikan perhatian pada aspek budaya kehidupan bangsa. Dalam perkembangannya, orientasi kepada pertumbuhan dicoba untuk diseimbangkan dengan orientasi pada pemerataan, salah satunya tampak pada program-program spesifik penanggulangan kemiskinan.

Asumsi paradigma ini adalah pertumbuhan tidak cukup sehingga perlu ada kebijakan distribusi dan redistribusi untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk miskin. Pada perkembangan berikutnya terjadi pergeseran paradigma ke arah pemberdayaan masyarakat, dimana orang miskin tidak lagi dilihat sebagai obyek, tetapi sebagai pelaku pembangunan, dan proses pembangunan diarahkan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia. Konsep *people centered development* dan *bottom-up development planning* menjadi wacana pembangunan yang banyak diadopsi dalam proses kebijakan publik. Sebagai kelanjutan dari paradigma pemberdayaan masyarakat berkembang wacana pengutamaan kemiskinan. Dengan demikian kemiskinan harus didekati melalui penerapan strategi yang komprehensif yang meliputi ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum dan juga keamanan (Darwin, 2005).

Modal sosial telah diyakini mampu memberikan dampak yang besar bagi masyarakat dan anggotanya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bank Dunia, yang meyakini bahwa modal sosial merujuk pada dimensi institusional, hubungan-hubungan yang tercipta, dan norma-norma yang membentuk kualitas serta kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat, dan sebagai perekat yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama. Dimensi modal sosial tumbuh di dalam suatu masyarakat yang didalamnya berisi nilai dan norma serta pola-pola interaksi sosial dalam mengatur kehidupan keseharian anggotanya.

Oleh Aldler dan Kwon (2000) disebutkan bahwa modal sosial adalah merupakan gambaran dari keterikatan internal yang mewarnai struktur kolektif dan memberikan kohesifitas dan keuntungan-keuntungan bersama dari proses dinamika sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Menurut Dasgupa dan Serageldin (1999), dimensi modal sosial menggambarkan segala sesuatu yang membuat masyarakat bersekutu untuk mencapai tujuan bersama atas dasar kebersamaan, serta didalamnya diikat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang tumbuh dan dipatuhi. Sementara itu, Coleman (1999) juga menekankan bahwa dimensi modal sosial inheren dalam struktur relasi sosial dan jaringan sosial di dalam suatu masyarakat yang menciptakan berbagai ragam kewajiban sosial, menciptakan iklim saling percaya, membawa saluran reformasi, dan menetapkan norma-norma, serta sangsi-sangsi sosial bagi para anggota masyarakat.

Berbeda dengan pendapat Fukuyama

(1995), yang menyatakan bahwa norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dipedomani sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah laku otomatis menjadi modal sosial. Modal sosial yang sebenarnya hanyalah norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dibangkitkan oleh kepercayaan (*trust*), dimana *trust* merupakan dasar bagi sikap keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas masyarakat yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh para anggotanya.

Dimensi modal sosial menekankan pada kebersamaan masyarakat untuk mencapai tujuan memperbaiki kualitas hidupnya, sehingga perlu pengembangan nilai-nilai yang harus dianut oleh anggotanya, seperti: sikap partisipatif, sikap saling memperhatikan, saling memberi dan menerima, dan saling percaya mempercayai. Dimensi modal sosial menggambarkan segala sesuatu yang membuat masyarakat bersekutu untuk mencapai tujuan bersama atas dasar kebersamaan, serta didalamnya diikat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang tumbuh dan dipatuhi (Dasgupta dan Serageldin, 1999).

Namun demikian Fukuyama (1995, 2000) dengan tegas menyatakan, belum tentu norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dipedomani sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah-laku itu otomatis menjadi modal sosial. Akan tetapi hanyalah norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dibangkitkan oleh kepercayaan (*trust*). Dimana *trust* ini adalah merupakan harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari

dalam sebuah komunitas masyarakat yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh para anggotanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Modal Sosial

Supriono (2008) menyatakan modal sosial merupakan hubungan hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial yang menjaga kesatuan anggota masyarakat secara bersama-sama. Coleman (1999), modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk bekerja sama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok dan organisasi.

Burt (1992) mendefinisikan modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi satu sama lain dan selanjutnya menjadi kekuatan yang sangat penting bukan hanya bagi kehidupan ekonomi akan tetapi juga setiap aspek eksistensi sosial yang lain. Fukuyama (1995) mendefinisikan modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalannya kerjasama diantaramereka. Cox (1995) mendefinisikan modal sosial sebagai suatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma, dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisiensi dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama. Sejalan dengan Fukuyama dan Cox, Partha dan Ismail S. (1999) mendefinisikan, modal sosial sebagai hubungan-hubungan yang

tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (*sosial glue*) yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama.

Pada jalur yang sama Solow (1999) mendefinisikan, modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma yang diwujudkan dalam perilaku yang dapat mendorong kemampuan dan kapabilitas untuk bekerjasama dan berkoordinasi untuk menghasilkan kontribusi besar terhadap keberlanjutan produktivitas. Adapun menurut Cohen dan Prusak L. (2001), modal sosial adalah sebagai setiap hubungan yang terjadi dan diikat oleh suatu kepercayaan (*trust*), kesaling pengertian (*mutual understanding*), dan nilai-nilai bersama (*shared value*) yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama dapat dilakukan secara efisien dan efektif. Senada dengan Cohen dan Prusak L., Hasbullah (2006) menjelaskan, modal sosial sebagai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kerja sama dalam masyarakat atau bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti *trust* (rasa saling mempercayai), keimbal-balikan, aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat atau bangsa dan sejenisnya.

Aspek kepercayaan menjadi komponen utama pembentuk modal sosial di pedesaan, sementara aspek lainnya (kerjasama, jaringan kerja), tidak akan terbentuk dengan baik jika tidak dilandasi oleh terbentuknya hubungan saling percaya (*mutual-trust*) antar anggota masyarakat. Kekuatan

kerjasama dan jaringan kerja yang terbentuk di masyarakat adalah pengembangan operasional dan hubungan saling percaya antar anggota masyarakat di bidang sosio-budaya, ekonomi dan pemerintahan. Dalam kehidupan sosial di pedesaan, pengertian kepercayaan seharusnya tidak dilihat sekedar sebagai masalah personalitas atau intrapersonal, melainkan mencakup juga aspek ekstrapersonal dan intersubjektif.

Terbentuknya saling percaya menurut (Pranaji, 2006) adalah hasil interaksi yang melibatkan anggota masyarakat dalam suatu kelompok ketetangaan, asosiasi tingkat dukuh, organisasi tingkat desa, dan berkembangnya sistem jaringan sosial hingga melintasi batas desa, dan berkembangnya sistem jaringan sosial hingga melintasi batas desa. Pada suatu masyarakat ketetangaan atau dukuh yang mengandung kontradiksi sosial relatif tinggi, maka jaringan kepercayaan yang terbentuk umumnya relatif sempit hingga pada tingkat hubungan yang bersifat personal dan persaudaraan yang lebih banyak diwarnai nilai-nilai primordial atau askriptif.

Tata nilai yang tampak dalam masyarakat umumnya bisa dilihat dari empat hal: (1) Ditegakkannya sistem sosial di pedesaan yang berdayasaing tinggi (produktif) namun berwajah humanistik (tidak eksploitatif dan intimidatif terhadap sesama manusia atau masyarakat). (2) Ditegakkannya sistem keadilan yang dilandaskan pada pemenuhan kebutuhan dasar manusia (tidak imperialistik dan menegasi kehidupan sosial). (3) Ditegakkannya sistem solidaritas yang dilandaskan pada hubungan saling percaya (*mutual*

trust) antar elemen pembentuk sistem masyarakat. (4) Dikembangkannya peluang untuk mewujudkan tingkat kemandirian dan keberlanjutan kehidupan masyarakat yang relatif tinggi, yang merupakan salah satu bagian terpenting keberadaan suatu masyarakat.

Studi Pendahuluan

Budhi dan Ardian (2009) mengidentifikasi menemukan adanya masalah yang kompleks di Kabupaten Wonosobo. Permasalahan bidang sosial budaya, antara lain: masih rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, khususnya petani tembakau, yaitu antara SD sampai SLTP. Tingkat kesehatan masyarakat yang masih rendah yang ditandai dengan pola hidup yang kurang sehat, gizi masyarakat rendah, dan sarana/prasarana kesehatan yang masih kurang memadai. Permasalahan bidang lingkungan yaitu semakin berkembangnya usaha pertambangan darat baik secara individu maupun kelompok, pada kecamatan-kecamatan tertentu (Kecamatan Kertek, Kecamatan Garung, dan Kecamatan Mojotengah) yang tentunya dalam jangka panjang akan merusak ekosistem dan penurunan kualitas sumberdaya alam dan makin berkurangnya kawasan terbuka karena desakan kebutuhan ekonomi sesaat yang membuat masyarakat mengeksploitasi sumberdaya alam secara terus-menerus dan melampaui kemampuan daya dukungnya. Hal ini menyebabkan menurunnya kualitas sumberdaya lahan yang pada akhirnya menyebabkan menurunnya atau terdegradasinya sumberdaya alam secara menyeluruh.

Permasalahan daerah Kabupaten Wonosobo seperti yang tertuang dalam

rencana pembangunan jangka menengah Kabupaten Wonosobo (tahun 2006-2010), antara lain: permasalahan bidang ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup. Permasalahan bidang ekonomi meliputi: *Pertama*, rendahnya tingkat pertumbuhan ekonomi Kabupaten Wonosobo, yaitu 2,1% per tahun sehingga lebih rendah dibandingkan dengan rata-rata nasional, yang mengindikasikan tingkat produktivitas masyarakat masih rendah sehingga belum mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki secara optimal. *Kedua*, masih tingginya tingkat kemiskinan dengan jumlah keluarga pra sejahtera mencapai 57,3% pada tahun 2005. Masih banyaknya jumlah angkatan kerja yang belum terserap dalam lapangan kerja, nilai ekspor non-migas yang cenderung mengalami penurunan, belum berkembangnya sektor pariwisata yang ditandai dengan semakin menurunnya jumlah kunjungan wisata yang mencapai 6,36% per tahunnya.

Kajian yang dilakukan oleh Bappeda Kabupaten Wonosobo (2006), menunjukkan bahwa masalah utama kemiskinan adalah: keterbatasan, kepemilikan aset, dan minimnya infrastruktur, informasi dan kapabilitas SDM. Aspek ketidakberdayaan masyarakat sangat terkait dengan kebijakan-kebijakan yang dapat menghambat kapabilitas untuk menuju pada penghidupan yang lebih baik. Ketidakberdayaan disebabkan oleh kebijakan sektoral yang belum sepenuhnya difokuskan atau berpihak pada masyarakat miskin, misalnya: sektor pendidikan, sektor kesehatan, program-program pemerintah (BLT, SPP gratis, Dana BOS). Biaya pendidikan sudah dibantu oleh pemerintah, namun untuk keperluan uang saku dan transport masih kesulitan,

mengingat jarak rumah ke sekolah mereka cukup jauh. Tingkat kesehatan masyarakat miskin masih rendah, hal ini berkaitan dengan perilaku hidup mereka yang tidak sehat. Upaya masyarakat miskin untuk menjaga kesehatan juga terhambat oleh rendahnya akses terhadap pelayanan kesehatan yang bermutu. Jarak dan biaya merupakan faktor utama yang menentukan aksesibilitas masyarakat miskin terhadap layanan kesehatan. Adanya program Bantuan Langsung Tunai (BLT) dari pemerintah terhadap komunitas miskin sedikit membantu mereka, namun dalam pelaksanaannya banyak yang tidak tepat sasaran, sehingga komunitas miskin malah tidak mendapatkan manfaatnya. Program BLT cenderung menjadikan orang berlomba-lomba untuk disebut miskin karena berharap akan mendapatkan bantuan.

Aspek keterisoliran juga menjadi masalah mendasar bagi masyarakat miskin. Keterisoliran dapat bersifat fisik dan psikis. Keterisoliran fisik terkait dengan infrastruktur, akses informasi, akses transportasi. Keterisoliran fisik yang menyebabkan kemiskinan, antara lain: sarana dan prasarana yang tidak menunjang, seperti jalan yang berbatu dan becek. Kekurangan infrastruktur dapat menyebabkan transportasi mahal, sehingga masyarakat miskin kesulitan untuk mengembangkan SDM-nya. Selain itu jarak yang jauh dari pusat kecamatan dan pusat ekonomi mengakibatkan akses informasi kurang. Keterisolasian psikologis ditunjukkan oleh keberadaan kelompok tani yang tidak berfungsi. Kelompok tani hanya berfungsi pada saat adanya proyek dan belum semua komunitas miskin ikut

dalam kelompok, selain itu komunitas miskin belum banyak dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Lembaga-lembaga sosial yang ada seperti KUD, LKMD, Gapoktan, PKK, dan BPD juga belum berperan dalam merespon kebutuhan masyarakat. Rendahnya partisipasi masyarakat miskin dalam perumusan kebijakan oleh kurangnya informasi, baik mengenai kebijakan yang akan dirumuskan maupun mekanisme perumusan yang memungkinkan keterlibatan mereka.

Kaitannya dengan potensi dan kendala-kendala yang dihadapi sehubungan dengan pekerjaan responden sebagai petani tembakau, maka akan dipaparkan potensi dan kendala. Usia penduduk desa didominasi oleh penduduk berusia antara 17-50 tahun (55%). Tingkat pendidikan penduduk desa sebanyak 70% lulusan SD. Sementara itu mata pencaharian penduduk didominasi oleh petani, buruh tani, dan swasta. Pertanian sayuran memiliki lahan yang paling luas, yaitu sebanyak 34% dari total area pertanian yang ada, disusul oleh pertanian palawija, sayuran, dan tembakau.

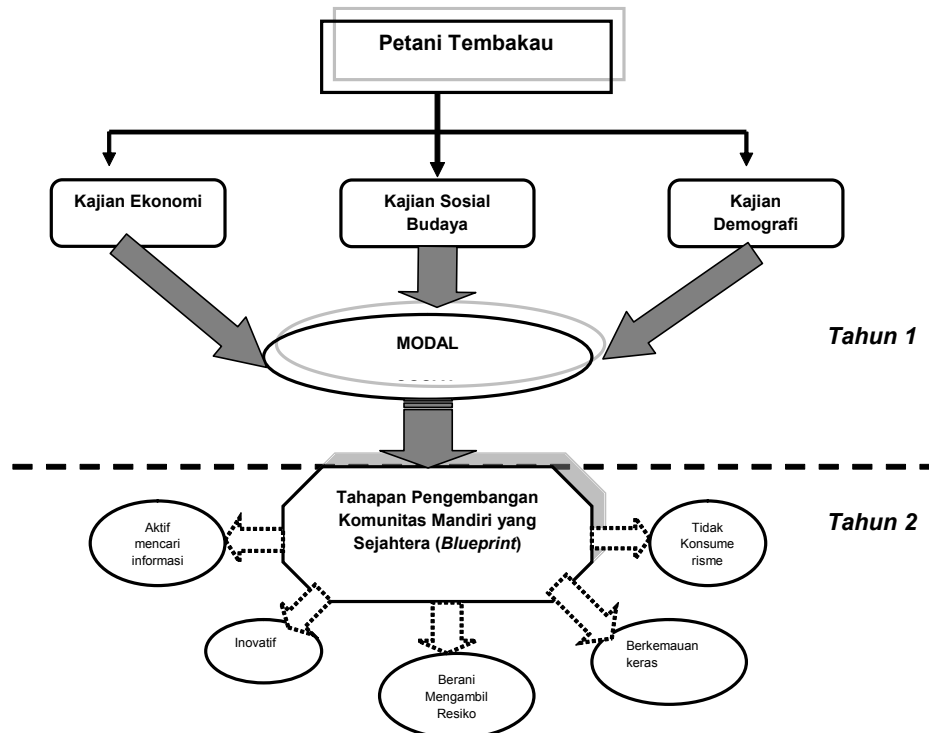
METODE PENELITIAN

Kerangka Penelitian

Dalam kerangka proses penelitian pada dasarnya menggambarkan alur penelitian atau kajian yang akan dilaksanakan, sehingga tahapan kegiatan penelitian dapat bersifat sistematis. Kajian pertama diawali dengan kajian tentang keberadaan kegiatan para petani tembakau, dengan lebih banyak menggunakan data skunder. Kajian difokuskan pada kajian ekonomi, sosial budaya, kajian lingkungan, dan demografi yang dimaksudkan untuk mendapatkan

lebih lengkap tentang karakteristik petani tembakau. Untuk lebih memperdalam kajian, maka dilakukan kajian tentang model pemberdayaan bagi petani tembakau.

research, *Critical action research*, dan *Institutional action research*. Dalam penelitian ini menggunakan variabel penelitian antara lain: profil petani



Gambar 3.1.
Kerangka Proses Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat *action research* yang menekankan pada action atau tindakan. Peneliti melakukan tindakan atau eksperimen yang secara khusus diamati secara terus menerus, dilihat kelebihan dan kekurangannya, kemudian diadakan perubahan terkontrol sampai pada upaya maksimal dalam bentuk tindakan yang paling tepat (Suharsini, 2009). Ciri paling penting dalam *action research* adalah bahwa penelitian merupakan suatu upaya untuk memecahkan masalah, sekaligus mencari dukungan ilmiahnya.

Dalam penelitian ini akan digunakan tiga pendekatan, yaitu: *Participatory action*

tembakau, kajian ekonomi, kajian sosial budaya, kajian demografi, dan modal sosial (kompetensi SDM, manajemen sosial, organisasi sosial, dan kepemimpinan). Jumlah sampel sebanyak 104 orang, yang terdiri dari 80 petani tembakau, 16 tokoh masyarakat, 16 perangkat desa, dan 2 orang perangkat kecamatan. Adapun sampel diambil dari delapan desa yang ada di Kecamatan Kertek, Kabupaten Wonosobo. Ke delapan desa tersebut adalah: Desa Tlogomulyo, Damar Kasian, Pagerejo, Candimulyo, Purbosono, Candiyan, Kapencar, dan Reco.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini responden penelitian

terdiri dari: petani tembakau, aparat kecamatan, aparat desa, dan tokoh masyarakat. Para responden berasal dari delapan desa di Kecamatan Kertek, Kabupaten Wonosobo. Kedelapan desa meliputi: desa Tlogomulyo, Damar Kasian, Pagerejo, Candimulyo, Purbosono, Candiyan, Kapencar dan Reco. Sementara itu komposisi responden terdiri dari: petani tembakau berjumlah 80 orang, aparat desa berjumlah 16 orang, tokoh masyarakat 16 orang, dan pemerintah kecamatan dua orang (Camat dan Sekretaris Camat). Berbagai modal sosial yang diidentifikasi meliputi: Badan Perwakilan Desa (BPD), Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa (LKMD), Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), Koperasi, Kelompok tani, Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

Modal sosial di pedesaan merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan oleh masyarakat pedesaan untuk meningkatkan peran mereka dalam berbagai kegiatan, khususnya di bidang pertanian dan perkebunan. Berbagai sarana modal sosial yang ada sebenarnya telah memberikan media bagi masyarakat desa untuk bergabung dalam rangka memikirkan peningkatan kesejahteraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata frekwensi pertemuan warga desa di Kecamatan Kertek adalah 35 hari sekali atau *selapanan*, untuk kelompok modal sosial BPD, Koperasi, Kelompok tani, PKK, dan BUMDes. Walaupun demikian ada beberapa modal sosial yang frekwensi pertemuannya tiga bulan sekali, misalnya pertemuan LKMD dan Gapoktan. Frekwensi pertemuan yang cenderung rutin setiap bulannya mengindikasikan bahwa

modal sosial yang ada di Kecamatan Kertek sebenarnya merupakan modal yang kuat bagi masyarakat pedesaan sebagai bentuk kepercayaan diantara warga desa.

Menurut Pranaji (2006), terbentuknya saling percaya adalah hasil interaksi yang melibatkan anggota masyarakat dalam suatu kelompok ketetangaan, asosiasi tingkat dukuh, organisasi tingkat desa, dan berkembangnya sistem jaringan sosial hingga melintasi batas desa, dan berkembangnya sistem jaringan sosial hingga melintasi batas desa.

Pada suatu masyarakat ketetangaan atau dukuh yang mengandung kontradiksi sosial relatif tinggi, maka jaringan kepercayaan yang terbentuk umumnya relatif sempit hingga pada tingkat hubungan yang bersifat personal dan persaudaraan yang lebih banyak diwarnai nilai-nilai primordial atau askriptif. Saling percaya diantara anggota organisasi sebagai dasar untuk menciptakan daya tangga diantara anggota, dan juga dalam upaya untuk meningkatkan keuntungan bersama.

Nilai-nilai kepercayaan dan daya tanggap di antara anggota akan menimbulkan kerjasamadan solidaritas. Nilai kepercayaan diantara anggota dan keuntungan bersama akan menciptakan jaringan dan kebijakan. Sementara daya tanggap dan keuntungan bersama akan menciptakan persaingan dan keberlangsungan usaha.

Modal Sosial dan Produktivitas

Sebagai keunggulan dalam pengelolaan modal sosial di Kecamatan Kertek adalah frekwensi pertemuan dari para anggota cenderung rutin, yaitu setiap sebulan

sekali. Tingkat kehadiran masyarakat desa juga sangat tinggi, setiap pertemuan rata-rata dihadiri oleh 44 orang, dengan jumlah terbesar yang hadir pada modal sosial Gapoktan, koperasi, dan BPD.

Adapun materi pertemuan dan diskusi untuk masing-masing kelompok modal sosial berbeda-beda. Badan Perwakilan Desa dalam pertemuannya lebih menekankan permasalahan pada tingkat desa, misalnya: pertanian, peternakan, pembuatan pupuk organik, harga tanaman pada tingkat petani, kesuburan tanaman tembakau, cara menanam tembakau, cara memupuk tembakau, perkembangan pemerintahan desa, membahas kemajuan pembangunan desa. Sementara untuk Gapoktan diskusi difokuskan pada: peningkatan produktivitas pertanian dan peternakan, pemanfaatan pupuk organik dan pupuk caik, pengadaan benih, pupuk, perawatan pembibitan jagung, pengolahan limbah atau kotoran sapi, penyuluhan bidang pertanian, perkebunan, dan peternakan, manajemen panen, pemasaran hasil pertanian, peningkatan produksi, dan evaluasi pinjaman.

Dalam modal sosial LKMD, menekankan pada pembicaraan tentang pembangunan jalan, prioritas pembangunan di desa, peningkatan kompetensi SDM desa, membahas program pembangunan desa, rencana kerja desa, dan evaluasi kerja pembangunan desa. Pada tataran ibu-ibu, di desa telah ada PKK yang memfokuskan pada bagaimana meningkatkan kesejahteraan keluarga. Sebagai modal sosial di desa, kegiatan PKK dilakukan setiap bulan sekali, dengan kegiatan meliputi: penyuluhan pola hidup sehat dan bersih, bersih lingkungan, membaca

yasin dan tahlil, posyandu, mengatasi gizi buruk, dan peningkatan ketrampilan ibu dan anak.

Modal sosial dalam suatu negara merupakan penentu utama dalam komposisi dan pertumbuhan dari output dan ekspor negara. Sebagai contoh: kesehatan dan makanan yang cukup akan dapat meningkatkan produktivitas pekerja, masyarakat pedesaan. Dalam bidang pertanian terbukti bahwa terdapat dampak positif modal sosial terhadap produktivitas diantara para petani yang menggunakan teknologi modern, dibanding dengan penggunaan metode tradisional.

Di Thailand, petani yang menempuh pendidikan empat tahun atau lebih memiliki tiga kali kemungkinan mengadopsi dapat mengadopsi input-input modern dibanding dengan yang berpendidikan rendah (Birdsall, 1993). Modal sosial juga sangat penting kontribusinya terhadap kapasitas teknologi dan perubahan teknis dalam industri. Ottoson and Klyver (2010), dalam penelitiannya tentang dampak modal manusia terhadap modal sosial dengan responden para entrepreneur menunjukkan bahwa keduanya saling menciptakan kerjasama yang produktif, dan peningkatan peningkatan kualitas human capital akan meningkatkan pula level sosial capital dengan seketika. Becker (1993) menyatakan bahwa konsep modal manusia (level pendidikan, *self efficacy*, dan pengalaman) mengacu pada sebuah investasi sehingga seseorang mengharapkan pengembalian secara ekonomi. Modal manusia merupakan sebuah terminologi ekonomi yang digunakan untuk menggambarkan atribut-atribut produktif dari seseorang.

Kajian tentang human capital telah banyak dilakukan, dan implikasinya dalam bentuk pendidikan, manajemen, industri, dan entrepreneurship. Modal manusia menggunakan tiga faktor, yaitu level pendidikan, *self efficacy*, dan pengalaman, sementara variabel sosial capital menggunakan indikator kepercayaan, join nilai atau norma, dan sumberdaya sosial yang mendukung struktur sosial.

Modal sosial dalam masyarakat hendaknya dipahami bahwa di dalam suatu komunitas terdapat keragaman (agama, budaya, kepentingan, status sosial, pendidikan, pendapatan, keahlian, gender) dari anggotanya, sehingga perlu adanya pemahaman yang mendalam terhadap keragaman tersebut. Sementara itu pemahaman nilai-nilai, norma menjadi hal yang penting. Unsur-unsur penting dalam modal sosial antara lain; rasa memiliki diantara anggota, jaringan kerjasama, rasa kepercayaan dan jaminan keamanan para anggota, saling memberi satu sama lain, saling berpartisipasi, dan bersikap proaktif.

Modal sosial dan Pertumbuhan Ekonomi

Berbagai modal sosial yang ada di pedesaan disinyalir telah mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat pedesaan dengan mendasarkan pada prinsip kepercayaan, saling mendukung, dan keuntungan bersama. Ketiga prinsip ini pada dasarnya sudah dimiliki oleh masyarakat desa sebagai modal sosial. Namun demikian untuk mencapai dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di pedesaan, keberadaan modal sosial masih perlu ditingkatkan perannya dengan

melibatkan masyarakat desa secara proaktif. Masyarakat telah merasakan manfaat adanya modal sosial, seperti: bertambahnya wawasan, pengalaman, kerukunan, swadaya masyarakat semakin meningkat, kelestarian lingkungan, kesehatan balita, persatuan antara warga, tukar pengalaman, kekompakan, silaturahmi, kesinambungan program, meningkatkan komunikasi, aspirasi masyarakat tertampung, dan kesejahteraan masyarakat meningkat.

Fukuyama (2000) menyatakan bahwa modal sosial ditransmisikan melalui mekanisme-mekanisme cultural seperti agama, tradisi, atau kebiasaan sejarah. Modal sosial lebih menekankan pada komunitas moral dengan mengadopsi nilai-nilai kebajikan seperti: kesetiaan, kejujuran, dan dependability. Easterling (2009) menyatakan bahwa masyarakat dengan tingkat modal sosial tinggi akan memiliki kesehatan fisik dan mental yang lebih baik, ekonomi lebih kuat, dan system lebih baik untuk pendidikan dan kepedulian kepada anak muda.

Abdullah dkk (2011), menyatakan bahwa kepercayaan dan kerjasama memediasi hubungan antara kontrak psikologikal dan sharing knowledge. Ali dkk (2011), konsep sosial capital sebagai penentu penting dalam pengembangan ekonomi dan menjadi daya tarik para ekonom. Sosial capital juga sebagai faktor dasar dalam pembangunan. Tidak ada negara di dunia ini yang dapat mencapai keberlangsungan ekspansi ekonomi tanpa melakukan investasi dalam human capital. Sosial capital merupakan sebuah norma informal yang mengandalkan kerjasama diantara anggotanya, dan dapat memperkaya pemahaman orang-orang terhadap dirinya sendiri dan dunia.

Modal sosial dan Kesejahteraan Sosial

Kesejahteraan sosial dan masyarakat sebagai indikator kesuksesan pembangunan di pedesaan menjadi tolok ukur utama dalam keberhasilan pembangunan. Modal sosial sebagai wahana dalam pencapaian kesejahteraan sosial hendaknya bukan hanya merupakan kegiatan rutinitas bagi para warga, namun juga harus mampu menampung berbagai permasalahan dan melakukan pemecahan masalah. Permasalahan-permasalahan utama di pedesaan kecamatan Kertek, kabupaten Wonosobo dapat dibagi menjadi tiga masalah, yaitu: masalah alam, masalah sumber daya manusia, dan masalah manajemen.

Masalah yang terkait dengan alam di Kabupaten Wonosobo yang memiliki dampak langsung terhadap para petani tembakau adalah masalah cuaca yang kadang kurang mendukung, masalah hama perusak tanaman (jangkrik, belalang, keong, dan penyakit), busuk akar. Sementara itu masalah sumber daya manusia (SDM) terkait dengan kurangnya tingkat ketrampilan warga desa, kurangnya partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam mengikuti pertemuan-pertemuan, kurangnya disiplin dalam pengembalian pinjaman, rendahnya pendidikan masyarakat, kehadiran warga kurang dalam mengikuti pertemuan di desa. Permasalahan manajemen juga menjadi masalah yang sangat serius di kecamatan Kertek. Seperti manajemen permodalan yang digunakan untuk penanaman tembakau, manajemen pemasaran hasil pertanian, anggaran kegiatan PKK yang sangat minim.

Untuk menanggulangi berbagai

permasalahan yang ada dalam kaitannya dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan tentunya perlu keterlibatan berbagai pihak, mulai dari pemerintah kecamatan, kabupaten, maupun pemerintah provinsi dan pusat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai cara untuk meningkatkan optimalisasi modal sosial. Cara pertama adalah dengan memberikan pembinaan kepada masyarakat pedesaan sesuai dengan kebutuhannya. Perlu juga dilakukan bimbingan dalam pemasaran hasil produksi, pelatihan-pelatihan teknis bertani dan bercocok tanam yang efektif, bantuan sarana dan prasarana (pupuk, alat rajang tembakau, obat-obatan), dan pelatihan terkait dengan akses modal bagi para petani.

Fukuyama menyatakan sedikitnya ada dua kontribusi utama modal sosial terhadap pembangunan, yaitu sebagai fungsi sosial dan fungsi politik. Secara ekonomi, fungsi modal sosial adalah untuk mengurangi biaya transaksi dikaitkan dengan mekanisme koordinasi formal, seperti kontrak, hirarki, aturan birokrasi, dan kepentingan. Secara politik, modal sosial dapat mendorong demokrasi yang diwujudkan dalam dinamika civil society yang beroperasi di dalam sikap saling percaya antar sesama warga, serta antara warga dan negara. Fukuyama (1999), negara atau pemerintah memiliki peran penting dalam mendorong penciptaan modal sosial melalui penyediaan public goods yang penting, seperti pendidikan dan kesehatan. Pelayanan kesehatan dan pendidikan tidak hanya merupakan instrument yang bias mengeneralisasi modal sosial, melainkan pula mencerminkan adanya

good governance dan trust diantara Negara dan warga negara. Negara memberikan jaminan sosial kepada warganya sebagai timbal balik atas kepercayaan warga kepada negaranya dalam membayar pajak.

PENUTUP

Tingkat kesejahteraan dan pengurangan kemiskinan dapat dilakukan tidak hanya melalui pemberdayaan ekonomi, namun juga melalui penguatan modal sosial, dan *community development*. Penguatan sosial dapat dilakukan dengan mengembangkan skema-skema penguatan modal sosial, seperti peningkatan fungsi BPD, LKMD, Gapoktan, PKK, BUMDes, dan Koperasi. Penguatan sosial kapital dilakukan dengan memaksimalkan peran lembaga-lembaga sosial dengan memfokuskan pada penguatan aspek kepercayaan, mutual respect, dan mutual benefit, serta memperhatikan faktor budaya dan nilai-nilai yang berlaku.

Dimensi inti telaah dari modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat (bangsa) untuk bekerjasama membangun suatu jaringan guna mencapai tujuan bersama, dimana kerjasama ini diwarnai oleh suatu pola inter-relasi yang imbal balik dan saling menguntungkan serta dibangun diatas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat. Adapun kekuatan kerjasama ini akan maksimal jika didukung oleh semangat proaktif membuat jalinan hubungan diatas prinsip-prinsip sikap yang partisipatif, sikap yang saling memperhatikan, saling memberi dan menerima, saling percaya mempercayai, dan diperkuat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mendukungnya.

Implikasinya bahwa perlu adanya keragaman program-program yang dengan mengutamakan pada peningkatan kemampuan human kapital dan sosial kapital masyarakat. Implikasi untuk entrepreneurship dalam kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan menciptakan situasi dan mengkondisikan bahwa *human capital* dan *social capital* saling mendukung terhadap produktivitas dan kesejahteraan.

Upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan melalui optimalisasi modal sosial harusnya didukung dengan kepemimpinan transformasional yang mampu mempengaruhi anggota masyarakat melalui perubahan status quo, meningkatkan kreativitas individual, memberikan inspirasi dan motivasi, serta memiliki idealisme. Modal sosial hendaknya didukung pula oleh human capital yang mampu memberikan inovasi-inovasi para anggota masyarakat. Program pendampingan merupakan faktor penting untuk meningkatkan kompetensi masyarakat pedesaan dengan meningkatkan ketrampilan bertani, dan meningkatkan diversifikasi pertanian.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Hamzah, Arshad (2011). Psychological contact and knowledge sharing among academicians: Mediating role of relational sosial capital. *International business research*, vol. 4, No. 4 October 2011
- Ali, Naseem, and Farooq (2011). *Sosial capital impact on economic development (A theoretical perspective)*. *International Journal Business*

- Ali, Naseem, dan Farooq (2011). Sosial capital impact on economic development (a theoretical perspective).
- Arikunto, Suharsimi (2009); *Prosedur Penelitian; Suatu pendekatan praktek*; PT Bina Aksara, Jakarta.
- AsmadiAlsa(2006); Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi; Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, Chicago, University of Chicago Press.
- BPS (2006). Tingkat kemiskinan di Indonesia Tahun 2005-2006. Berita resmi statistik BPS No. 47/IX/1 September 2006
- Budhi dan Ardian (2009). Penyusunan Pedoman dan Pola Tetap (*Blue Print*); Pemberdayaan Petani Tembakau Menuju Kemandirian dan Kesejahteraan di Kabupaten Wonosobo
- Budhi dan Ardian A. (2009). Kajian Potensi Sumber Daya Petani Tembakau di Kabupaten Wonosobo. Laporan penelitian Kerjasama FE Unissula dengan Pemerintah Kabupaten Wonosobo.
- Callois and Aubert (2007). Towards indicators of sosial capital for regional development issue: The case of French rural areas. *Regional studies*, Vol 41.6, August 2007
- Cohen, S., Prusak L. 2001. *In Good Company: How Sosial Capital Makes Organization*
- Coleman, J 1999. *Sosial Capital in the Creation of Human Capital*. Cambridge Mass:
- Darwin MM (2005). Memanusiakan rakyat, penanggulangan kemiskinan sebagai arus utama pembangunan. Benang Merah Yogyakarta.
- Easterling D (2009). The leadership role of community foundations in building sosial capital. *National civic review*. DOI: 10.1002/nrc.232. Winter 2008
- Esterling D. (2009). *The leadership role of community foundations in building sosial capital. National Civic Review, winter 2009.*
- Fukuyama, Francis (1995). *Trust: The sosial virtues and the creation of prosperity*. New York: the Free Press
- Javed, Kalid, and Arshad (2011). Islamic concept of sosial welfare. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*. Vol 3, No.2 June 2011
- Javed, Khalid, and Arshad (2011). *Islamic concept of sosial welfare. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business. Vol. 3, No.2 June 2011*
- Misbahul dkk. (2007). Model-model kesejahteraan sosial Islam: Perspektif normative, filosofis, dan praktis. PT LIiS Pelangi Aksara, Bantul Yogyakarta
- Ottoson and Klyver (2010). The effect of human capital on sosial capital among entrepreneurs. *Journal of enterprising culture*. Vol 18, No.4 (December 2010)

- Paper, WP/00/74, 1-8. In Elinor Ostrom and T.K. Ahn. 2003. *Foundation of Sosial Capital*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.
- Pemerintah Kabupaten Wonosobo (2006). Rencana pembangunan jangka menengah Kabupaten Wonosobo Tahun 2006-2010
- Pemerintah Kabupaten Wonosobo (2006). Strategi penanggulangan kemiskinan daerah (SPKD) Kabupaten Wonosobo.
- Pranaji (2006). Penguatan modal sosial untuk pemberdayaan masyarakat pedesaan dalam pengelolaan agroekosistem lahan kering. *Jurnal Agro Ekonomi*, Volume 24, No. 2, Oktober 2006
- Prawiranegara(2009). Kajian model potensi ekonomi industri masyarakat berbasis agro technopark (ATP): Studi kasus daerah transmigrasi local Koleberes, Kecamatan Cikadu, Kabupaten Cianjur.
- Quillian and Redd (2006). Can sosial capital explain persistent racial poverty gaps ? National poverty center working paper series. June 2006*
- Solow, R. M. 1999. *Notes Sosial Capital and Economic Performance*. In Partha D., Ismail S.,
- Suharto E (2005). Analisis kebijakan public, panduan praktis mengkaji masalah dan kebijakan sosial. Alfabeta Bandung.
- Suharto E (2005). Pembangunan, kebijakan sosial, dan pekerjaan sosial. Spectrum Pemikiran, Bandung.
- Suharto E. (2008). Islam, modal sosial dan pengentasan kemiskinan. Indonesia sosial economic outlook, Dompot Dhuafa, Jakarta 8 Januari 2008
- Supriono, Flassy dan Rais (2008). Modal sosial: definisi, dimensi, dan tipologi*
- Yazdani and Yaghoubi (2011). The relationship between sosial capital and organizational justice. *European journal of economics, finance and administrative science*. ISSN 1450-2275 issue 30
- Yoon and Wang (2011). The role of citizenship behaviors and sosial capital in virtual communities. *Journal of computer information systems*. Fall 2011

Gaya Hidup Hijau: Membeli *E-Ticket*

Christina Rahardja Honantha

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

crhonantha@gmail.com, christina_r@ubaya.ac.id

Abstract

Be green in style is popular today. There are several activities of “green chic”; eco fashions, go online shopping, and buy local. Purpose of this study was to describe consumer behavior in Surabaya consuming e-ticketing services in business aviation low cost carrier (LCC) as one of green in style. Using the elements of consumer behavior study; 5W 1H. In this research, respondents are who had bought and used e-ticketing services in business aviation low cost carrier (LCC) in Surabaya at least 2 times in the last 1 year, buying and using the services of low cost carrier airlines (LCC) with buy e-ticketing service for personal gain, based in Surabaya, graduate a minimum high school education. Analysis use frequency tables, tables percentage bar charts and cross tabulations method. This research result showed that e-ticketing service users in the business aviation low cost carrier (LCC) most were women. Respondents use e-ticketing service for holidays. The reason uses e-ticketing services because of practical. Respondents usually frequent purchases and travel by purchasing tickets using e-ticketing service between 2-4 times in the last 1 year. At the end, majority of respondents were satisfied after using e-ticketing service due to time saving and practical.

Keywords: *Green marketing, green lifestyle, consumer behavior, online shopping for e-ticketing.*

PENDAHULUAN

Penelitian AC Nielsen di Indonesia menyebutkan bahwa 66% responden penelitian sangat peduli akan lingkungan hidup, 69 % sangat peduli soal *global warming*, 72 % sangat peduli kelangkaan air, dan 80 % sangat peduli polusi air. *Green Marketing* (Pemasaran Hijau) telah mulai banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. *Green marketing is the marketing of products that are presumed to be environmentally.* *Green Consumer* adalah merupakan konsumen yang peduli lingkungan hidup. Para pembeli (konsumen) yang dipengaruhi kepedulian lingkungan hidup dalam pembelian suatu

produk (<http://www.attayaya.net /2009/10/green-marketing-pemasaran-hijau.html>). Gaya hidup “hijau” tetap bisa *stylish* dan konsumen bisa menjalani gaya hidup hijau dengan *fashionable*. Menjadi seorang *Green Chic* tidak berarti menjadi ketinggalan jaman dan tidak mengikuti *trend* yang ada, hal ini dikarenakan sudah semakin banyaknya produk-produk “hijau” yang *stylish* sekaligus peduli lingkungan. Salah satu aktivitas *green chic* adalah belanja *online* atau via internet (<http://www.centro.co.id/be-green-in-style/>).

Bahkan salah satu cara menyelamatkan “planet” adalah bepergian dengan *E-ticket*,

hal ini dikarenakan biaya yang dibutuhkan untuk mencetak kertas tiket sebesar 10\$ sedangkan dengan menggunakan *E-ticket* dana yang dibutuhkan hanya 1\$ (<http://witanduty.wordpress.com/buat-usaha-melalui-internet-yuk/e-ticketing-pengantar-bisnis-informatika/>).

Pada industri jasa penerbangan, tampaknya *e-commerce* juga diterapkan. Penjualan tiket dilakukan oleh perusahaan penerbangan dengan menggunakan akses internet (*web*) dikenal sebagai *e-ticketing*. Hal tersebut terlihat dari penggunaan *website*, promosi *online* pada *search engine*, iklan *banner website*, email langsung, *link* dan semua aktivitas untuk mendapatkan dan membina hubungan dengan konsumen. Internet perlahan-lahan mulai menggeser budaya pembelian (pemesanan) tiket pesawat konvensional menjadi lebih modern atau yang sering disebut *booking online* (www.e-commerce.site90.net/).

Penggunaan fasilitas ini tercermin dalam studi MasterCard bahwa 77% responden Indonesia menunjukkan kecenderungan untuk melakukan belanja *online*. Indonesia mengalami peningkatan sebesar 10% dari tahun 2011 (Marketing 05/XII/MEI/2012). Menurut Richie (2011) “*e-ticketing* memiliki bentuk yang jauh lebih sederhana dibandingkan tiket fisik yang bentuknya seperti kupon dengan jumlah lembar yang banyak, apalagi bila konsumen memiliki jadwal transit. *E-ticketing* memiliki lembar yang jauh lebih sedikit dengan berisikan nama, tanggal, waktu, tujuan, serta aturan lain yang ditetapkan oleh perusahaan jasa penerbangan”. *E-ticketing* merupakan sistem pembelian tiket oleh konsumen secara mandiri, sekaligus mengurangi penggunaan kertas, dikarenakan transaksi

dalam bentuk elektronik. *E-ticketing* atau *electronic ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*.

Keberadaan *e-ticketing* membuat perusahaan jasa penerbangan tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk kepentingan kantor cabang. Transaksi dapat dilakukan via akses internet. Pengurangan jumlah tenaga kerja dan biaya lain seperti penyediaan kertas untuk mencetak tiket juga dapat dihilangkan, pengurangan *catering* sehingga makin menunjang untuk menciptakan *low cost carrier* (LCC), namun tetap mengutamakan keamanan keselamatan penumpang sampai ke tempat tujuan. Adanya konsep LCC sangat menguntungkan karena konsumen dapat memilih menggunakan transportasi udara yang berbiaya murah dan cepat (www.tiket-pesawat-online.com/).

Terbang tanpa tiket – pertama kali pada tanggal 18 April 2002, konsep ini melengkapi layanan pembelian dari *Internet booking* AirAsia dan layanan *Call Center* dengan menyediakan alternatif murah biaya dari tiket cetak asli. Pembeli tidak lagi perlu repot-repot untuk mengambil tiket. Berikut peringkat penerbangan *low cost carrier*.

Tabel 1
Peringkat Penerbangan Low Cost Carrier (LCC)

No	Merek	Vol	Page rank	Social media brand score	Atribut kategori
1	Air Asia	5.168	5,076	10	Murah,
2	Wings Air	564	1,645	2	promo,
3	CitiLink	280	1,333	1	cepat, lancar

Sumber: SWA 06/XXVIII/15-28 MARET 2012

Schiffman dan Kanuk (2007:4) menyatakan bahwa “untuk memahami perilaku konsumen yang pada akhirnya mendatangkan minat beli konsumen harus dilakukan analisis yang meliputi: merek, siapa yang membeli dan menggunakan jasa penerbangan dengan layanan *e-ticketing*, siapa yang mempengaruhi, alasan, waktu, frekuensi pembelian, frekuensi penggunaan, serta evaluasi setelah pembelian”. Pernyataan Schiffman dan Kanuk (2007:4) tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk meninjau atau melakukan evaluasi mengenai perilaku konsumen dalam pembelian melalui *e-ticketing* jasa penerbangan khususnya dalam rangka menciptakan *low cost carrier* (LCC).

Perumusan masalah dalam penelitian ini “bagaimana perilaku konsumen hijau konsumsi layanan *e-ticketing* pada bisnis penerbangan *low cost carrier* (LCC) di Surabaya?”

Tujuan yang diharapkan dari penelitian adalah memberikan gambaran perilaku konsumen hijau yang mengkonsumsi layanan *e-ticketing* pada perusahaan jasa penerbangan *low cost carrier* (LCC).

KAJIAN PUSTAKA

Green Marketing

Secara konstan isu-isu lingkungan yang berkaitan dengan konsumsi konsumen dan masyarakat telah menghadapi perubahan selama abad ke-20 yang dianggap merefleksikan perilaku konsumen saat ini. Publik sangat menekankan pentingnya isu lingkungan, oleh karena dampak buruk polusi industri manufaktur, hal ini mendorong perusahaan memiliki

tanggung jawab sosial (Lee, 2009; Chen, 2011). Selanjutnya, *Green life-style* atau Gaya hidup hijau adalah gaya konsumsi dan komitmen konsumen hijau yang berhubungan dengan lingkungan pilihan konsumsi (Leena Haanpää, 2007).

Aktivitas-aktivitas *green marketing* meliputi pengembangan, diferensiasi, penetapan harga dan promosi produk dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen hijau, serta untuk penyelamatan lingkungan.

Lima alasan perusahaan mengadopsi *green marketing: utilizing green opportunities, increasing corporate image, raising product value, enhancing competitive advantage, and complying with environmental trends* (Chen 2008).

Green marketing merupakan upaya untuk mendesain, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang tidak merusak lingkungan (Pride dan Farrel, 1993), serta kemampuan mengaplikasikan alat-alat pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan maupun individu (Lozada, 2000).

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Schiffman & Kanuk (2007:8) yang menyatakan “*Consumer behavior can be defined as the behavior that consumer display in searching for, purchasing, using, evaluating, and dispose the products, services and ideas they expect will satisfy their needs*”. Studi perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2007:4) adalah: “*The study of consumer behaviour focuses on how individual make decisions to spend their available resources (time, money, effort) on consumption-related items. That includes who is the buyer, what they buy,*

who influences in the buying, why they buy, when they buy, where they buy, how often they buy, how often they consume, how they evaluate it after the purchase”.

Harga yang lebih rendah dapat mengurangi pendapatan perusahaan, tetapi juga dapat merangsang konsumsi pelanggan. Harga nonlinier dapat menahan harga yang lebih rendah di pasar, dan dengan demikian pasar tidak akan rusak, akhirnya Pareto perbaikan dapat dicapai ([Chao Zhang](#); and [Gang Zong](#), 2010)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Sumber data adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data perilaku konsumen hijau mengkonsumsi layanan *e-ticketing* pada bisnis penerbangan *low cost carrier* (LCC) di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, karakteristik responden adalah yang pernah membeli dan menggunakan layanan *e-ticketing* pada bisnis penerbangan LCC, minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir. Jumlah responden penelitian ini sebanyak 120 orang.

Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, tabel frekuensi, dan tabulasi silang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner dilakukan selama 2 bulan dan berikut hasil-hasil penelitian.

Responden sebanyak 120 orang (100%) menjawab “Ya” bahwa aktivitas membeli *e-ticket* pada bisnis LCC merupakan gaya hidup hijau, yakni peduli kelestarian lingkungan seperti penghematan kertas.

Tabel 2

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pria	51	42.5
Wanita	69	57.5
Total	120	100.0

Penelitian oleh Laroche, *et al.*, (2001) terhadap 300 responden di Jakarta, hasilnya menunjukkan bahwa 207 responden (69%) bersedia membayar produk hijau lebih mahal. Karakteristik dari kelompok responden ini adalah wanita, berusia 21-25 tahun, belum menikah, pendidikan terakhir Sarjana, dan pengeluaran rutin 2 juta – 5 juta rupiah setiap bulan. Sedangkan pada hasil survei konsumen hijau di Yunani menunjukkan profil sosio demografi pembeli produk organik mayoritas adalah wanita yang membeli dalam kuantitas besar (Fotopoulos dan Krystallis, 2002). Konsumen *e-ticket* pada tabel 2 diatas berdasarkan gender, juga lebih banyak wanita.

Tabel 3

Jenis Maskapai Penerbangan LCC

Jenis Maskapai Penerbangan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Air Asia	42	35.0
Lion Air	35	29.2
CitiLink	25	20.8
Batavia	10	8.3
Sriwijaya	5	4.2
Merpati	3	2.5
Total	120	100.0

Air Asia Indonesia lebih banyak dipilih oleh responden yang membeli *e-ticket* pada

1 tahun terakhir. Website Air Asia yakni www.airasia.com dinilai memudahkan konsumen untuk membeli *e-ticket* pada berbagai tujuan di dalam dan luar negeri, sesuai waktu yang direncanakan konsumen dengan pilihan layanan yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tabel 4
Alasan Responden Menggunakan Fasilitas Layanan E-ticketing

Alasan Penggunaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Praktis	55	45.8
Hemat waktu	40	33.3
Murah	15	12.5
Mudah	10	8.4
Total	120	100.0

Responden melakukan pembelian e-tiket pada waktu liburan (60%); bepergian keluar kota (32%) dan pada saat ada promo dari bisnis LCC (18%). Frekuensi membeli *e-ticket* 2-4 kali dalam setahun terakhir.

Sebagian besar responden, yakni (79%) merasa puas dengan fasilitas layanan *e-ticketing*, dengan alasan hemat waktu, praktis, serta murah.

Tabulasi silang gender dan jenis maskapai di bawah, menunjukkan penelitian ini sejalan dengan penelitian Fotopoulos dan Krystallis (2002), bahwa wanita membeli lebih banyak e-tiket pada bisnis penerbangan LCC, yakni Air Asia, Lion Air dan CitiLink, dibandingkan konsumen pria.

Tabel 5
Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Responden dengan Jenis Maskapai Penerbangan

		Jenis Kelamin		Total
		Pria	Wanita	
Air Asia	Count	20	22	42
Lion Air	Count	16	19	35
CitiLink	Count	7	18	25
Batavia	Count	3	7	10
Sriwijaya	Count	3	2	5
Merpati	Count	2	1	3
	Count	51	69	120
	% of Total	42.5%	57.5%	100.0%

PENUTUP / SIMPULAN

Perilaku konsumen hijau yakni responden yang membeli dan menggunakan layanan *e-ticketing* pada bisnis *low cost carrier* (LCC) pada penelitian ini adalah responden yang peduli pada gaya hidup hijau yakni belanja *e-ticket* sebagai salah satu upaya penghematan kertas., responden wanita (57.5%) dan pria (42.5%).

Maskapai penerbangan yang sering dipilih adalah Air Asia, alasan responden puas menggunakan layanan *e-ticketing* karena praktis, hemat waktu, murah dan mudah diakses dimana saja.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian pengaruh profil konsumen hijau terhadap perilaku belanja hijau; penelitian pengaruh layanan *e-ticketing* terhadap kepuasan pelanggan bisnis LCC; dan penelitian beda gender pada perilaku belanja konsumen hijau.

Rekomendasi bagi pelaku bisnis LCC (*low cost carrier*) adalah semakin mengupayakan agar tampilan *website* memudahkan konsumen melakukan transaksi *online*.

Bagi produsen *gadget* atau handphone adalah melengkapi produk dengan aplikasi khusus untuk akses *website* LCC tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Chen, Y.S. (2008). The driver of green innopvation and green image – green core competence. *Journal of Business Ethics*, Vol 81. No.3. pp.531-43.

Chen Y.S. (2011). Green organizational identity: sources and consequences, *Management Decision*, Vol 49. No.3, pp.384-404.

[Chao Zhang](#) and [Gang Zong](#). (2010). *Nonlinear Pricing of Transportation Based on Consumer Heterogeneity for Passenger-Dedicated Lines*, Tenth International Conference of Chinese Transportation Professionals (ICCTP), Beijing, China, August 4-8, 2010.

Fotopoulos, C. and Krystallis, A. (2002b) “Purchasing motives and profile of the Greek organic consumer: a countrywide survey”, *British Food Journal*, Vol. 104 No. 3/5, pp. 232-60.

Laroche, M., J. Bergeron, G. Barbaro-Forleo. (2001). “Targeting consumers who

are willing to pay more for environmentally friendly products”, *Journal of Consumer Marketing*, 18, 6, 503-520.

Lee, K.H. (2009). Why and how to adopt green management into business organization? The case study of Korean SMEs in manufacturing industry. *Management Decision* Vol.47. No.7., 1101-21.

Leena Haanpää. (2007). Consumers’ green commitment: indication of a postmodern lifestyle? *International Journal of Consumer Studies* [Volume 31, Issue 5](#), pages 478–486.

Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Consumer Behavior*, 9thed., Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 07458

Lozada, H.R. 2000. “*Ecological Sustainability and Marketing Strategy : Review and Implication*”. Seton Hall University

Marketing 05/XII/MEI/2012

SWA 06/XXVIII/15-28 MARET 2012

Effect Of Knowledge On Nutrition Diet Behavior With Attitude To Mediation Functional Foods For Diabetes Mellitus Patients In Surabaya

Christina Esti Susanti

Budianto Tedjasuksmana

Faculty of Business Widya Mandala Catholic University

Abstract

The aim of this study to determine the relationship between nutrition knowledge on dietary behavior (behavior for people with Diabetes Mellitus diet) with the mediation of attitudes towards functional foods in people with diabetes in Surabaya. Research used the survey method with cross sectional approach. The study population was patients with diabetes in Surabaya. Sampling was done by taking the accidental coincidence of respondents who encountered. Data analysis using SEM analysis.

Research shows that people with diabetes nutrition knowledge affects attitudes to functional foods and indirectly affect dietary behavior.

Key words: *nutrition knowledge, attitudes towards functional foods, dietary behavior*

LATAR BELAKANG

Perubahan pola kehidupan dapat menimbulkan penyakit-penyakit degeneratif antara lain penyakit Diabetes Mellitus (DM), dimana DM merupakan masalah nasional tercantum dalam urutan nomor empat dari prioritas penelitian nasional untuk penyakit degeneratif (prioritas pertama adalah penyakit Kardiovaskuler, kemudian disusul oleh penyakit Serebrovaskuler, Geriatri, Diabetes Mellitus, Rematik, dan Katarak) (Tjokroprawiro, 1999).

Berdasarkan data organisasi kesehatan dunia (WHO) Indonesia merupakan urutan keempat terbesar dalam jumlah penderita DM di dunia. Pada Tahun 2006 jumlah penderita DM di Indonesia mencapai 14 juta orang. Dari Jumlah tersebut baru 50% penderita yang sadar mengidap dan sekitar

30% diantaranya melakukan pengobatan rutin. Faktor lingkungan dan gaya hidup yang tidak sehat, seperti makan berlebihan, berlemak, kurang aktifitas dan stres berperan sangat besar sebagai pemicu DM. Selain itu DM juga bisa muncul karena adanya factor keturunan (Sidhartawan, 2008).

Bila penderita DM tidak patuh dalam melaksanakan program pengobatan yang telah dianjurkan oleh dokter, ahli gizi atau petugas kesehatan lainnya maka akan dapat memperburuk kondisi penyakitnya. Pengobatan yang perlu dilaksanakan oleh pasien seperti melaksanakan diet sebagai kunci pengobatan, olah raga untuk menjaga kebugaran tubuh selain penggunaan obat diabetes oral maupun insulin (Darmani, 2007). Hal tersebut memberikan gambaran bahwa penyakit DM masih perlu mendapat

prioritas pelayanan kesehatan akibat dari perilaku masyarakat terutama masyarakat perkotaan dalam mengkonsumsi makanan. Terapi dietetik merupakan salah satu pilar pengendalian DM. Kepatuhan dalam melaksanakan diet menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi penderita DM. Menurut Ahmadi dkk (1996) dalam Rusimah (2010), dari pengetahuan akan terjadi perubahan, sikap dan perilaku. Dengan demikian salah satu cara untuk mengukur perubahan perilaku dan sikap dapat dengan menggunakan pengukuran terhadap pengetahuan seseorang. Sedangkan Suhardjo (2003) dalam Rusimah (2010) mengatakan bahwa upaya pendidikan atau penyuluhan gizi merupakan salah satu usaha yang sangat penting untuk seseorang mau bersikap dan bertindak mengikuti norma-norma gizi, sehingga seseorang memahami pentingnya makanan dan gizi, khususnya bagi pasien DM.

Pengetahuan gizi merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan sikap dan perilaku seseorang terhadap makanan. Selain itu pengetahuan gizi merupakan peranan penting untuk dapat membuat manusia hidup sehat sejahtera dan berkualitas. Gizi mempunyai hubungan langsung dengan tingkat konsumsi tetapi secara langsung mencerminkan tingkat pengetahuan (Depkes Republik Indonesia, 1994).

Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari (Depkes Republik Indonesia, 2004).

Berdasarkan uraian diatas dan mengingat

pentingnya peran diet DM untuk pengobatan secara non farmakologis pada diabetesi, maka peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap gizi terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya.

Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan dalam pendahuluan, masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya?
2. Apakah sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya?
3. Apakah pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya
2. Sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya
3. Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Rusimah (2011) meneliti tentang hubungan antara tingkat pendidikan dan pengetahuan

gizi dengan kepatuhan diet pada diabetisi di ruang rawat inap RSUD Dr H Moch Ansari Saleh Banjarmasin. Hasil penelitian diketahui responden yang patuh terhadap diet yang diberikan sebesar 58,8% sedangkan responden yang tidak patuh terhadap diet yang diberikan sebesar 41,2%.. Hasil uji *Chi-Square* menunjukkan hubungan yang bermakna antara tingkat pendidikan dengan kepatuhan diet ($p < 0,05$). Hasil uji *Fisher's Exact* menunjukkan ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan gizi dengan kepatuhan diet ($p < 0,05$). Kesimpulan penelitian tersebut yaitu ada hubungan yang bermakna antara tingkat pendidikan dan pengetahuan gizi dengan kepatuhan diet pada diabetisi di ruang rawat inap RSUD Dr H Moch Ansari Saleh Banjarmasin.

LANDASAN TEORI

Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Tingkatan pengetahuan didalam domain kognitif mempunyai enam tingkatan yang meliputi (Notoatmodjo, 2003):

1. Tahu (*know*) diartikan sebagai mengingat suatu materi yang dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang

telah diterima.

2. Memahami (*comprehension*) diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.
3. Aplikasi (*aplication*) diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya).
4. Analisis (*analysis*) adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam satu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain. Kemampuan analisa ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan, membedakan, memisahkan, dan mengelompokkan.
5. Sintetis (*synthesis*) artinya menunjukan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.
6. Evaluasi (*evaluation*) ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek.

Sikap

Tidak ada definisi sikap yang baku. Apabila diamati, definisi yang diberikan oleh para ahli memiliki perbedaan satu sama lain, namun esensinya sama. Schiffman dan Kanuk (1997) menyatakan bahwa sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak terhadap suatu obyek. Definisi tersebut memandang sikap dari segi perasaan. Paul dan Olson

(1999) menyatakan bahwa sikap adalah evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang. Evaluasi adalah tanggapan pada tingkat intensitas dan gerakan yang relatif rendah. Evaluasi dapat diciptakan oleh sistem afektif maupun kognitif. Sistem pengaruh secara otomatis memproduksi tanggapan afektif, termasuk emosi, perasaan, suasana hati, dan evaluasi terhadap sikap, yang merupakan tanggapan segera dan langsung pada rangsangan tertentu.

Schifman dan Kanuk (1997) menyatakan bahwa sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak terhadap suatu obyek. Definisi tersebut memandang sikap dari segi perasaan.

Paul dan Olson (1999) menyatakan bahwa sikap adalah evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang. Evaluasi adalah tanggapan pada tingkat intensitas dan gerakan yang relatif rendah. Evaluasi dapat diciptakan oleh sistem afektif maupun kognitif. Sistem pengaruh secara otomatis memproduksi tanggapan afektif, termasuk emosi, perasaan, suasana hati, dan evaluasi terhadap sikap, yang merupakan tanggapan segera dan langsung pada rangsangan tertentu.

Tanggapan afektif yang menyenangkan atau tidak menyenangkan tersebut muncul tanpa pemrosesan kognitif yang disadari terhadap informasi produk tertentu. Kemudian melalui proses *classical conditioning*, evaluasi tersebut dapat dikaitkan dengan produk atau merek tertentu, sehingga menciptakan suatu sikap.

Sikap diperlakukan sebagai evaluasi yang diciptakan oleh sistem kognitif. Model pemrosesan kognitif dari pengambilan keputusan menunjukkan bahwa suatu evaluasi menyeluruh dibentuk ketika konsumen mengintegrasikan pengetahuan, arti, atau kepercayaan tentang konsep sikap. Tujuan proses integrasi ini adalah untuk menganalisis relevansi pribadi dari konsep tersebut dan menentukan apakah itu menyenangkan atau tidak menyenangkan.

Evaluasi yang dihasilkan oleh proses pembentukan sikap dapat disimpan dalam ingatan. Pada saat sikap terbentuk dan disimpan dalam ingatan, konsumen tidak perlu terlibat dalam proses integrasi lainnya untuk membentuk sikap lain ketika mereka harus mengevaluasi konsep tersebut sekali lagi. Sikap yang telah ada dapat diaktifkan dari ingatan dan digunakan sebagai dasar untuk menerjemahkan informasi baru. Sikap yang diaktifkan tersebut dapat diintegrasikan dengan pengetahuan lainnya dalam pengambilan keputusan. Karena sikap yang diaktifkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Menurut para ahli psikologi sosial, sikap terdiri dari tiga komponen. Komponen pertama adalah komponen kognitif (*cognitive component*), yaitu pengetahuan dan keyakinan seseorang mengenai sesuatu yang menjadi obyek sikap. Komponen kedua adalah komponen afektif (*affective component*). Ini berisikan perasaan terhadap obyek sikap. Sedangkan komponen ketiga adalah komponen konatif (*conative component*), yaitu kecenderungan melakukan sesuatu terhadap obyek sikap. Tanggapan afektif yang menyenangkan atau tidak menyenangkan tersebut muncul tanpa

pemrosesan kognitif yang disadari terhadap informasi produk tertentu. Kemudian melalui proses *classical conditioning*, evaluasi tersebut dapat dikaitkan dengan produk atau merek tertentu, sehingga menciptakan suatu sikap.

Perilaku Diet

Ilmu Dietetika adalah ilmu yang mempelajari cara-cara menyembuhkan, atau mempercepat proses penyembuhan, atau membantu menghilangkan komplikasi-komplikasi dan gejala-gejala yang mungkin timbul dari suatu penyakit, dengan jalan perilaku pengaturan makanan penderita (Moehji, 1982).

Diet dapat diartikan pula sebagai makanan dan minuman yang dikonsumsi orang tiap hari. Diet bagi penderita DM adalah diet kalori seimbang dengan memperhatikan pedoman 3J (jadual makan, jumlah dan jenis makanan) (Hartono, 1995).

Dengan demikian dapat dikatakan perilaku diet adalah perilaku terhadap makanan dan minuman yang dikonsumsi orang tiap hari dalam keadaan sehat untuk menjaga kesehatan dan untuk mempercepat proses penyembuhan bagi orang yang sakit.

Pengaruh Antar Variabel

Ahmadi dkk (1996) dalam Rusimah (2010), dari pengetahuan akan terjadi perubahan, sikap dan perilaku. Dengan demikian salah satu cara untuk mengukur perubahan perilaku dan sikap dapat dengan menggunakan pengukuran terhadap pengetahuan seseorang. Sedangkan Suhardjo (2003) dalam Rusimah (2010) mengatakan bahwa upaya pendidikan atau penyuluhan gizi merupakan salah satu usaha yang sangat penting untuk seseorang

mau bersikap dan bertindak mengikuti norma-norma gizi, sehingga seseorang memahami pentingnya makanan dan gizi, khususnya bagi pasien DM.

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya.
2. Sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya.
3. Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei deskriptif analitik, dengan pendekatan *cross sectional* (potong lintang) yaitu untuk melihat pengaruh antara variabel pengetahuan gizi terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap terhadap makanan fungsional.

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas meliputi pengetahuan (X), variabel antara adalah sikap pada makanan fungsional (Y_1). Sedangkan variabel terikat adalah perilaku diet (Y_2).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

1. Pengetahuan (X_1)

Yaitu pengetahuan didalam domain kognitif. Indikator pengetahuan diukur dari: (1) tahu, (2) memahami, (3) aplikasi, (4) analisis, (5) sintesis, dan (6) evaluasi.

2. Sikap pada makanan fungsional (Y_1)

Yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang dirasakannya dengan harapannya. Indikator sikap pada makanan fungsional diukur dengan mengukur komponen afektif (*affective component*). Ini berisikan perasaan terhadap obyek sikap. Variabel ini diukur dengan: (1) makanan fungsional DM mudah diingat, (2) makanan fungsional DM mudah diperoleh, dan (3) makanan fungsional sesuai selera.

3. Perilaku Diet (Y_2)

Yaitu kecenderungan melakukan sesuatu terhadap obyek sikap. Variabel ini diukur dengan: (1) perilaku mengkonsumsi makanan yang rendah kadar karbohidrat, (2) perilaku mengkonsumsi makanan yang mengandung kadar lemak tak jenuh tinggi, (3) perilaku mengkonsumsi makanan yang mengandung kadar serat tinggi, (4) perilaku mengkonsumsi buah dan sayur yang mengandung kadar lemak rendah.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif merupakan data hasil serangkaian observasi (pengukuran) yang dapat dinyatakan dalam angka-angka. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah *scoring* jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Sedangkan data kualitatif adalah data hasil dari serangkaian observasi yang tidak berwujud angka.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber primer yang diperoleh langsung dari konsumen (responden) melalui instrument penelitian kuesioner.

Pengukuran Data

Pengukuran data untuk variable bebas dan variable terikat diukur dengan menggunakan skala ordinal yaitu rentang skala yang merupakan rangking penilaian atas makanan tradisional di Surabaya. Pengukuran data dengan menggunakan Skala Likert dengan ketentuan sebagai berikut: Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1. Jawaban tidak setuju diberi skor 2. Jawaban biasa-biasa diberi skor 3. Jawaban setuju diberi skor 4. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.

Alat dan Metode Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan pengumpulan data adalah kuesioner, sedangkan metode pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Survey Pendahuluan

Yaitu dengan melakukan pengamatan secara umum pada perilaku konsumen makanan tradisional di Surabaya, untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas.

2. Survey Lapangan

Yaitu dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada konsumen sebagai data primer yang bersumber dari data primer. Prosedur pengumpulan data dengan kuesioner adalah sebagai berikut: (1) Membagi kuesioner kepada responden; (2) Peneliti memberikan penjelasan dan membimbing responden tentang cara pengisian kuesioner; (3) Kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan,

disortir, pemberian *score* dan kemudian ditabulasi.

Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Salah satu masalah dalam penelitian adalah cara memperoleh data yang akurat dan obyektif. Hal ini menjadi sangat penting sebab kesimpulan yang diambil hanya akan dapat dipercaya bila didasarkan pada data yang akurat. Untuk itu dalam penelitian ini perlu diketahui seberapa tinggi reliabilitas dan validitas alat ukur (instrumen) yang digunakan. Menurut Arikunto (1992:219), dalam penelitian ini uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dengan formulasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XiY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi.

X_i = Skor tiap-tiap item pertanyaan ke- i .

Y = Skor total dari item pertanyaan.

n = Jumlah sampel.

Koefisien masing-masing item kemudian dibandingkan dengan nilai kritis r (nilai r_{tabel}).

Jika $r_{\text{hitung}} > \text{nilai kritis } r$ i t e m pernyataan valid

Jika $r_{\text{hitung}} < \text{nilai kritis } r$ i t e m pernyataan tidak valid

Selain uji validitas, dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan melalui pendekatan pengukuran reliabilitas konsistensi internal dengan cara formula Sprearman-Broen yang rumusnya sebagai berikut (Awat, 1995:69):

$$S - B = r_{xx'} = \frac{2(r_{1.2})}{1 + r_{1.2}}$$

Keterangan:

$r_{xx'}$ = Koefisien reliabilitas Spearman-Brown.

$r_{1.2}$ = Korelasi.

Kriteria :

Jika koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) > nilai kritis

$r(r_{\text{tabel}})$ kuesioner reliable.

Jika koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) < nilai kritis $r(r_{\text{tabel}})$ kuesioner tidak reliable.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah penderita DM, berumur minimal 17 tahun, dan menjalani diet. Sampel dalam penelitian ini adalah penderita DM yang sudah menjalani diet minimal 1 tahun terakhir. Dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi dengan pasti. Maka jumlah sampel yang akan diambil berdasarkan perhitungan sebagai berikut (Zainuddin, 1998:100-101):

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sample.

p = Estimator proporsi populasi (0,5).

q = $1 - P$.

z = Harga kurva interval tergantung; dari harga alpha

($\alpha = 1 - 0,95 = 0,05$), jadi z -nya = 1,976.

d = Interval (0,10).

Harga z pada berbagai interval adalah sebagai berikut:

Interval	z
0,01 (1%)	2,576
0,05 (5%)	1,976
0,10 (10%)	1,645

Jadi jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{(1,976)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 3,904 \times 0,25 / 0,01$$

$$= 97,6 \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh, maka dapat diketahui jumlah sample terminal yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan random *sampling* yaitu teknik pengambilan sample dengan masing-masing anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk diketahui sebagai sampel.

Teknik Analisis Data

Analisa data pada penelitian ini menggunakan uji *Structural Equation Modelling* (SEM). Namun sebelum dilakukan uji SEM ada asumsi yang perlu dipenuhi yaitu uji normalitas, *outliers*, multikolinearitas, dan singularitas.

Untuk mengukur kebenaran model yang diajukan sehingga dapat diputuskan model tersebut diterima atau ditolak, maka perlu dilakukan pengujian dengan menggunakan beberapa *fit indeks* dan *cut-off valuenya* (Ferdinand, 2002:54). Beberapa uji tersebut adalah sebagai berikut:

1. Statistik *Chi-Square* (χ^2), makin kecil makin baik ($p > 0,05$) artinya model makin baik; alat ini merupakan alat uji yang paling fundamental untuk mengukur *overall fit*, dan sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan, sehingga penggunaan *chi-Square* (χ^2) hanya sesuai jika sampel berukuran 100 sampai dengan 200. Semakin kecil nilai Statistik *Chi-Square* (χ^2) maka semakin baik model.
2. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*); adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi-Square* (χ^2). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebagai sebuah *close fit* dari model berdasarkan derajat kebebasan.
3. GFI (*Goodness of Fit Index*); merupakan indeks kesesuaian yang akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. Nilai GFI berada antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai $\geq 0,90$ merupakan model yang baik (*better fit*).
4. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit*), analog dengan koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi berganda. Indeks ini dapat disesuaikan terhadap derajat bebas yang tersedia untuk menguji diterimanya model. Tingkat penerimaan yang direkomendasi adalah bila AGFI $\geq 0,90$.
5. CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function*), umumnya dilaporkan oleh peneliti sebagai salah satu indikator mengukur tingkat fitnya

sebuah model. CMIN dibagi dengan DF (*degree of freedom*) tidak lain adalah statistik chi-square, χ^2 dibagi dengan df sehingga disebut χ^2 relatif. Nilai χ^2 relatif $\leq 2,0$ atau bahkan kadang $\leq 3,0$ adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dengan data.

6. TLI (*Tucker Lewis Index*), adalah sebuah alternative incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan $\geq 0,95$.
7. CFI (*Comparative Fit Index*), besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 – 1, dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi.. Nilai yang direkomendasikan adalah CFI $\geq 0,95$. Keunggulan dari indeks ini adalah bahwa indeks ini besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model.

HASIL dan PEMBAHASAN

Data Responden

Pada bagian ini ditampilkan mengenai data yang diperoleh dari sumber data primer melalui penyebaran kuisisioner kepada para responden yang dilakukan pada bulan April 2011. Pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh pendapat dari responden berkenaan dengan pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner. Berikut ini hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap sample penelitian. Dari hasil penyebaran kuisisioner maka dapat diperoleh data responden sebagai berikut :

Berdasarkan hasil kuisisioner diketahui

karakteristik responden berdasarkan usia, penderita DM, dan menjalani program diet dalam 1 tahun terakhir ini diketahui bahwa total responden (100 orang) membuktikan bahwa responden secara keseluruhan sudah memenuhi karakteristik responden yang ditentukan dalam penelitian ini.

Statistik Deskripsi Variabel – Variabel Penelitian

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel yang akan diteliti, digunakan nilai maksimum dan minimum. Skala penelitian ini menggunakan skala 1-5, maka nilai minimal dan maksimal dapat dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 1
Interval Rata-rata Skor

Interval rata-rata skor	kriteria setiap variabel
1 – 1,8	Sangat tidak setuju
1,8 – 2,6	Tidak setuju
2,6 – 3,4	Netral
3,4 – 4,2	Setuju
4,2 - 5	Sangat setuju

Sumber: Durianto *et al.*, (2001:43), diolah

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan, disajikan tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian.

Tabel 2
Statistik Deskripsi Variabel Pengetahuan Gizi

No	Pernyataan	Mean Score	Std. Deviation
1.	Saya tahu akan adanya makanan fungsional yang ditujukan kepada para penderita DM	4.12	0.97
2.	Saya memahami makanan fungsional yang ditujukan kepada para penderita DM	4.34	0.74

3.	Saya mengaplikasikan makanan fungsional yang ditujukan kepada para penderita DM	3.84	0.79
4.	Saya dapat menganalisis makanan fungsional yang ditujukan kepada para penderita DM	4.23	0.75
5.	Saya dapat melakukan sintesis makanan fungsional yang ditujukan kepada para penderita DM	4.23	0.94
6.	Saya dapat melakukan evaluasi terhadap makanan fungsional yang ditujukan kepada para penderita DM	4.46	0.87
Mean Score		4.20	0.84

Sumber: data, diolah

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2, diketahui bahwa untuk variabel pengetahuan memiliki nilai rata-rata sebesar 4.20. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden setuju dengan item pengukuran yang ada pada variabel pengetahuan. Sedangkan standar deviasi variabel pengetahuan sebesar 0.84 menunjukkan bahwa penyimpangan kesalahan dari jawaban responden untuk variabel pengetahuan sebesar 84%.

Tabel 3
Statistik Deskripsi Variabel Sikap

No	Pernyataan	Mean Score	Std. Deviation
1	Makanan fungsional bagi para penderita DM mudah saya ingat karena terdapat dimana-mana sehingga mudah diperoleh dan seringkali diiklankan di media massa.	3.81	0.94
2	Saya sudah biasa mengkonsumsi makanan fungsional bagi para penderita DM.	3.98	0.85

3	Makanan fungsional bagi para penderita DM sesuai dengan selera saya.	4.10	0.95
Mean Score		3.96	0.91

Sumber: data, diolah

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 3, diketahui bahwa untuk variabel sikap memiliki nilai rata-rata sebesar 3.96. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan item pengukuran yang ada pada variabel sikap. Sedangkan standar deviasi variabel sikap sebesar 0.91 menunjukkan bahwa penyimpangan kesalahan dari jawaban responden untuk variabel sikap sebesar 91%.

Tabel 4
Statistik Deskripsi Variabel Perilaku Diet

No	Pernyataan	Mean Score	Std. Deviation
1	Saya mengkonsumsi makanan yang rendah kadar karbohidrat.	4.13	0.88
2	Saya mengkonsumsi makanan yang rendah kadar karbohidrat.	4.32	0.83
3	Saya mengkonsumsi makanan yang mengandung kadar serat tinggi.	3.99	0.87
4	Saya mengkonsumsi buah dan sayur yang mengandung kadar lemak rendah.	4.26	0.85
Mean Score		4.18	0.86

Sumber: data, diolah

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 4, diketahui bahwa untuk variabel perilaku diet memiliki nilai rata-rata sebesar 4.18. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel perilaku diet dimana

sikap responden mengacu pada perilaku diet. Sedangkan standar deviasi variabel perilaku diet sebesar 0.86 menunjukkan bahwa penyimpangan kesalahan dari jawaban responden untuk variabel perilaku diet sebesar 86 %.

Uji Asumsi SEM

Uji Normalitas

Nilai statistic untuk menguji normalitas itu disebut Z-value. Bila nilai-Z lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data adalah tidak normal. Nilai kritis dapat ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi 0,01 (1%) yaitu sebesar $\pm 2,58$.

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa tidak ada nilai pada kolom c.r yang lebih besar dari $\pm 2,58$, hasil tersebut membuktikan bahwa semua data terdistribusi secara normal. Jadi asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan uji t, dimana nilai t tiap indikator harus lebih besar dari 1,96.

Tabel 5
Hasil uji Validitas

Variabel Laten	Indikator	Nilai t	Cut-off value	Ket
Pengetahuan gizi	P1	1,00	Acuan	Valid
	P2	11,54	> 1,96	Valid
	P3	7,65	> 1,96	Valid
	P4	10,75	> 1,96	Valid
	P5	11,64	> 1,96	Valid
	P6	6,38	> 1,96	Valid
Sikap	S1	1,00	Acuan	Valid
	S2	5,66	> 1,96	Valid
	S3	5,61	> 1,96	Valid
Perilaku Diet	PD1	1,00	Acuan	Valid
	PD2	11,40	> 1,96	Valid
	PD3	8,25	> 1,96	Valid
	PD4	5,70	> 1,96	Valid

Sumber: data, diolah

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5 maka disimpulkan bahwa semua indikator terbukti valid.

Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas maka digunakan nilai *construct reliability* (CR), dimana nilai CR harus lebih besar dari 0,7. Dalam penelitian in, perhitungan setiap konstruk dilakukan secara manual dengan persamaan sebagai berikut :

$$\text{construct reliability} = (\sum \lambda)^2 / (\sum \lambda)^2 + \sum e$$

Tabel 6
Uji Reliabilitas

Variabel Laten	construct reliability	Cut-off value	Ket
Pengetahuan	0,96	> 0,7	Reliable
Sikap	0,93	> 0,7	Reliable
Perilaku Diet	0,95	> 0,7	Reliable

Sumber: data, diolah

Berdasarkan hasil uji yang tertera pada Tabel 6 nampak bahwa semua indikator terbukti reliabel.

Pengujian Kesesuaian Model

Tabel 7
Indeks Structural Equation Modelling

Goodness of fit measure	Cut-off value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
NFI	$\geq 0,90$	0.92	Baik
PNFI	Tinggi	0.75	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0.74	Kurang baik
AGFI	0,8-0,9	0.64	Kurang baik
RFI	$\geq 0,90$	0.90	Baik
IFI	$\geq 0,90$	0.94	Baik
CFI	$\geq 0,90$	0.94	Baik

Sumber: data, diolah

Berdasarkan hasil analisis SEM pada Tabel 7 hampir seluruh *Goodness of fit* sesuai dengan *cut off value*, kecuali nilai GFI dan AGFI kurang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Dengan demikian model

yang digunakan dalam penelitian ini sudah sesuai dengan kerangka konseptual.

Pengujian Hipotesis

Berikut adalah hasil pengujian SEM

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Estimate	C.R.	Tingkat sig	Ket
Pengetahuan → Sikap	0,46	4,28	$\geq 1,95$	Diterima
Sikap → Perilaku Diet	0,76	8,87	$\geq 1,95$	Diterima
Pengetahuan → Sikap → Perilaku Diet	0,35	3,81	$\geq 1,95$	Diterima

Sumber: data, diolah

Berdasarkan Tabel 8, hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya diterima.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya diterima.
3. Hipotesis keempat dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya diterima.

PEMBAHASAN

Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya

Variabel pengetahuan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,20 dengan standar deviasi sebesar 0,84. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel pengetahuan.

Berdasarkan analisis SEM didapat bahwa pengetahuan berpengaruh cukup kuat dan signifikan terhadap sikap konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya diterima.

Hal tersebut sesuai dengan teori pengetahuan yang diajukan oleh Notoatmodjo (2003) bahwa pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rusimah (2011) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang bermakna antara tingkat pendidikan dan pengetahuan gizi dengan kepatuhan diet pada diabetisi.

Sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya

Variabel sikap memiliki nilai rata-rata sebesar 3,96 dengan standar deviasi sebesar 0,91. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel sikap.

Berdasarkan perhitungan didapat bahwa

sikap berpengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap perilaku diet. Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya diterima.

Sebagaimana pada hipotesis pertama, hasil penelitian ini sesuai dengan teori pengetahuan yang diajukan oleh Notoatmodjo (2003) bahwa pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rusimah (2011) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang bermakna antara tingkat pendidikan dan pengetahuan gizi dengan kepatuhan diet pada diabetisi.

Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya

Variabel perilaku diet memiliki nilai rata-rata sebesar 4,18 dengan standar deviasi sebesar 4,86. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel perilaku diet.

Berdasarkan analisis SEM didapat bahwa pengetahuan gizi berpengaruh cukup lemah dan signifikan terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya. Hal tersebut berarti bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya diterima.

Sebagaimana pada hipotesis pertama dan kedua, hasil penelitian ini sesuai dengan teori pengetahuan yang diajukan oleh Notoatmodjo (2003) bahwa pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rusimah (2011) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang bermakna antara tingkat pendidikan dan pengetahuan gizi dengan kepatuhan diet pada diabetisi.

SIMPULAN dan SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan dengan analisis Structural Equation Modelling (SEM) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya diterima.
2. Sikap pada makanan fungsional berpengaruh terhadap perilaku diet bagi penderita DM di Surabaya diterima.
3. Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap perilaku diet dengan mediasi sikap pada makanan fungsional bagi penderita DM di Surabaya diterima.

Saran

Saran Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi yang ingin melakukan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya mengenai konsep atau teori yang mendukung perilaku konsumen yang terkait dengan pengetahuan gizi, sikap, dan yang berdampak pada perilaku.

Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang diberikan oleh peneliti adalah bagi para produsen makanan fungsional bago para penderita DM, hendaknya memperhatikan pengetahuan gizi dan sikap para penderita DM terhadap makanan fungsional yang ditujuakn kepada mereka.

Daftar Pustaka

- Engel, F. Jones, Ronger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, 1995, *Consumer Behavior*, 6th ed, The Dryden Press, New York.
- Griffin, R.W., 1995, *Management*, Houghton M.C., Boston.
- Hadi, Sutrisno, 1995, *Metodologi Riset*, Jilid III, Cetakan ke sepuluh, Penerbit Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi, UGM, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jilid II, Edisi ke delapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rusimah, 2010, *Hubungan Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan Gizi Dengan Kepatuhan Diet Pada Penderita Diabetes Mellitus (Diabetisi) di ruang rawat Inap RSUD Dr. H. Moch Ansari Saleh Banjarmasin*, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Husada Borneo Banjarbaru, Banjarmasin.
- Zainuddin, Muhammad, 1988, *Metodologi Penelitian*, Surabaya.

Analisa Lingkungan Makro, Perilaku Konsumen Serta Peluang Dan Strategi Bisnis Hijau Di Indonesia

Damayanti Octavia
Dosen Institut Manajemen Telkom
damavia@yahoo.co.id

Abstrak

Perubahan iklim serta beberapa kondisi yang mengancam kelestarian lingkungan mendorong kesadaran masyarakat akan produk yang ramah lingkungan. Untuk mengetahui mengetahui peluang dan tantangan bisnis hijau maka diperlukan analisa lingkungan makro dan perilaku konsumen terhadap produk hijau. Peluang merupakan pendorong bisnis hijau, sedangkan tantangan merupakan alat untuk menciptakan strategi. Strategi bisnis hijau menghasilkan keunggulan bersaing, reputasi merek, dan peningkatan penerimaan.

Kata kunci : Analisa Lingkungan Makro, Perilaku Konsumen, dan Peluang Bisnis Hijau.

PENDAHULUAN

Perubahan iklim dan kenaikan frekuensi maupun intensitas cuaca ekstrim yang kita rasakan saat ini merupakan hasil kegiatan manusia, terutama penggunaan bahan bakar yang menggunakan fosil dan pola global pemanfaatan lahan. Menurut *International Energy Agency* dalam Robert Dahlstrom (2011:29) total penggunaan energi terbesar digunakan oleh manufaktur sebesar 33%, diikuti rumah tangga sebesar 29%, transportasi 26%, industri jasa 9%, dan lain-lain 3%. Total emisi karbondioksida (CO₂) yang dihasilkan baik secara langsung maupun tidak langsung, manufaktur penyumbang emisi CO₂ terbesar yaitu sebesar 38%, diikuti oleh transportasi sebesar 25%, rumah tangga 21%, industri jasa 12%, dan lain-lain sebesar 4%.

Perubahan suhu udara menjadi lebih panas, musim menjadi tidak menentu, curah hujan

lebih banyak, banjir rob atau banjir yang berasal dari pasangnyanya air laut karena permukaan lebih rendah dari pada perairan. Menurut De Rozari (1993) dalam PEACE (2007:40) dari data 12 stasiun iklim di Indonesia kenaikan suhu antara 0,2°C sampai 0,4°C per dekade. Ratag (2001) dalam PEACE (2007:43) memprediksikan bahwa di Indonesia akan terjadi peningkatan curah hujan sekitar 2-3% per tahun.

Isu perubahan iklim merubah cara pandang konsumen menjadi lebih *aware* terhadap lingkungan. Menurut Haryadi (2009:66) mayoritas konsumen menyadari bahwa perilaku pembelian mereka secara langsung berpengaruh pada berbagai masalah lingkungan. Konsumen beradaptasi dengan situasi ini dengan mempertimbangkan isu lingkungan ketika berbelanja dan melalui perilaku beli mereka.

Kesadaran konsumen terhadap lingkungan mendorong industri untuk melakukan bisnis yang ramah lingkungan, bukan sekedar kewajiban menjaga lingkungan tapi sudah menjadi bagian dari proses bisnis untuk memenuhi sebagian dari keinginan konsumen. Menurut Graham dan Ketra (2002) dalam Hosein (2011:540) *"There are many companies that have attempted to be more responsible towards the environment so that they could satisfy their customers' needs in a more appropriate manner."*

METODOLOGI PENELITIAN

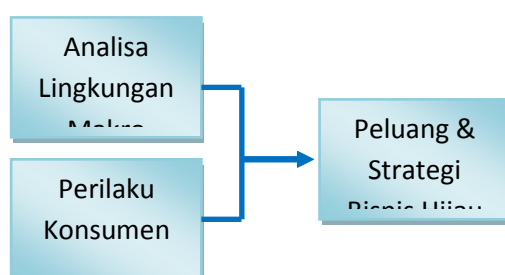
Metodologi penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan jenis metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah penelitian perpustakaan (*library research*). Menurut Iskandar (2009:11) penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia.

PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana analisa lingkungan makro?
2. Bagaimana perilaku konsumen?
3. Bagaimana peluang dan strategi bisnis hijau dilihat dari analisa lingkungan makro dan perilaku konsumen?

KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



ANALISA LINGKUNGAN MAKRO

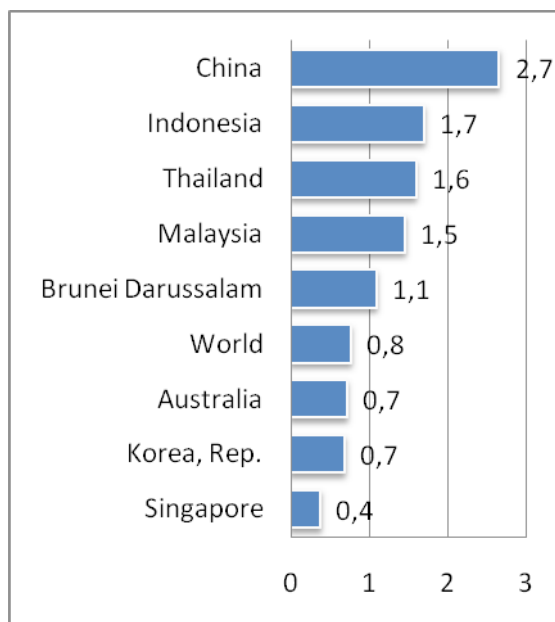
Lingkungan bisnis ada dua yaitu lingkungan eksternal dan internal. Pada makalah ini akan dibahas mengenai lingkungan eksternal. Menurut Yogi, dkk (2003:29) lingkungan eksternal adalah lingkungan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Menurut Rangkuti (2006:23) menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai peluang dan ancaman. Faktor-faktor yang termasuk dalam lingkungan eksternal secara makro menurut Yogi, dkk (2003:29) terdiri dari ekonomi, sosial, politik, teknologi, ekologi. Berikut akan disampaikan analisa lingkungan makro Indonesia :

Ekonomi

Dilihat dari sisi ekonomi, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat sebesar 2,9% (BPS, 2011). Kontribusi pertumbuhan ekonomi Indonesia masih didominasi oleh sektor industri dengan kontribusi di atas 25% dari total PDB (SLHI, 2010:8). Studi dari Bank Dunia yang dirilis oleh Leitmann et al (2009) dalam SLHI (2010:8) menunjukkan bahwa degradasi lingkungan menggerus 5% terhadap PDB Indonesia. Sektor industri penyumbang terbesar dalam pertumbuhan PDB Indonesia, sekaligus penggerus biaya lingkungan dari total PDB Indonesia.

Menurut World Development Indicators tahun 2008 Indonesia berada di urutan kedua setelah Cina penghasil CO₂ dalam pertumbuhan ekonominya. Seperti yang terlihat pada gambar 2. Indonesia menghasilkan 1,7Kg CO₂ per 2000 US\$ dari total PDB.

Gambar 2. CO2 emissions (kg per 2000 US\$ of GDP) 2008



Sumber : World Development Indicators (WDI) database

Sosial

Dari Demografi, berdasarkan data laporan SLHI (2010:3) Jumlah penduduk Indonesia sebesar 238 juta jiwa, dengan konsentrasi terbanyak berada di Pulau Jawa yang berpenduduk 121 juta jiwa dan merupakan salah satu daerah terpadat di dunia. Laju pertumbuhan penduduk meningkat dari 2,3% per tahun menjadi 2,7% per tahun. pertumbuhan penduduk secara umum menambah tekanan terhadap sumber daya alam dan lingkungan. Kebutuhan akan air, lahan untuk pemukiman secara sporadis, transportasi, memperburuk kondisi lingkungan pada umumnya.

Politik

Dilihat dari kebijakan pemerintahan, Menurut Deputy 1 Bidang Perencanaan dan Hubungan Internasional Unit

Kerja Presiden untuk Pengendalian dan Pengawasan Pembangunan (UKP4) dalam *national geographic* (2012) menyatakan bahwa “Undang-undang kita tidak semua memberi jalan untuk *green economy*. Termasuk perundangan yang ada di bawahnya, seperti Perpres (Peraturan Presiden), Permen (Peraturan Menteri), atau pun Perda (Peraturan Daerah), terkadang peraturan lama dan baru saling tumpang tindih. Peraturan lama cenderung masih sangat eksploitatif pada alam dan kurang mendukung *green economy*. Sebaliknya, peraturan baru sudah mulai ramah lingkungan. Ketika diterapkan di lapangan, sering membuat bingung para pelakunya.”

Sama halnya yang disampaikan pada laporan SLHI (2010:124), Undang-undang lingkungan yang baru yakni UU23/2009, memang belum dirasakan efektifitasnya secara signifikan dalam mengendalikan dan memecahkan permasalahan lingkungan. Beberapa aturan-aturan turunan seperti peraturan pemerintah dan sejenisnya, sampai saat ini belum secara tuntas dirampungkan sehingga sulit dijadikan indikator bagi efektifitas pengelolaan lingkungan hidup di Indonesia.

Ekologi

Berdasarkan data PEACE consultant (2007:2) Indonesia merupakan negara peringkat ketiga penghasil emisi GHG (Green House Gas) setelah Amerika dan Cina, sebagian besar emisi GHG dihasilkan di Indonesia dari kehutanan. Pembakaran hutan, pembalakkan liar (illegal logging) secara sporadis demi kepentingan individu atau bisnis. Gambar 3 adalah data negara penghasil emisi GHG.

Tabel 1. GHG Emissions Summary (MtCO₂e)

Table 1. GHG emissions summary (MtCO₂e)¹

Emissions sources	United States	China	Indonesia	Brazil	Russia	India
Energy ²	5,752	3,720	275	303	1,527	1,051
Agriculture ³	442	1,171	141	598	118	442
Forestry ⁴	(403)	(47)	2,563	1,372	54	(40)
Waste ⁵	213	174	35	43	46	124
Total	6,005	5,017	3,014	2,316	1,745	1,577

Sumber : PEACE consultant (2007)

PERILAKU KONSUMEN

Menurut Solomon (2011:33) perilaku konsumen adalah suatu proses ketika individu atau group memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Menurut Peter & Olson (2010:20-22) Ada tiga elemen dalam menganalisa konsumen, yaitu :

1. *Consumer affect and cognition*

Affect mengacu pada perasaan yang menstimuli terhadap perasaan suka dan tidak suka terhadap suatu produk. *Cognition* mengacu pada pemikiran tentang keyakinan terhadap suatu produk.

2. *Consumer Behaviour*

Behaviour mengacu pada tindakan fisik konsumen yang bisa secara langsung diamati dan diukur oleh orang lain.

3. *Consumer Environment*

Consumer environment mengacu pada segala sesuatu di luar diri konsumen (eksternal) yang dapat mempengaruhi apa yang mereka pikirkan, rasakan, dan lakukan.

Menurut Levy & Weitz (2012:94) ada tiga faktor sosial yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli, yaitu :

1. Keluarga

Kebutuhan anggota keluarga akan menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembelian suatu produk atau jasa.

2. Referensi Kelompok

Referensi Kelompok adalah kelompok yang berfungsi sebagai poin rujukan bagi individu dalam membentuk kepercayaan, sikap, dan perilaku.

3. Budaya

Nilai-nilai, keyakinan-keyakinan, aturan-aturan, dan norma-norma yang melingkupi suatu kelompok masyarakat akan mempengaruhi sikap dan tindakan individu dalam masyarakat tersebut.

Berikut adalah beberapa perilaku konsumen terhadap produk hijau di beberapa negara, termasuk Indonesia :

a. Perilaku Konsumen di New Zealand

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chritopher Gan etal. tahun 2008, konsumen yang sadar terhadap lingkungan lebih memilih produk hijau, tetapi ada atribut produk lain yang menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli yaitu harga, kualitas, dan merek. Ada harapan konsumen bahwa produk yang ditawarkan harus aman tanpa harus melakukan trade-off kualitas dan harga premium. Persepsi konsumen terhadap produk hijau adalah sebagai produk yang mahal dengan kualitas inferior sehingga menyebabkan keengganan konsumen untuk beralih pada produk hijau. Label hijau tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk hijau karena sebagian konsumen menganggap informasi tersebut tidak akurat.

- Konsumen yang telah berkeluarga lebih cenderung memilih produk hijau untuk kesehatan.
- b. Perilaku Konsumen Hijau di Afrika Selatan
- Perilaku konsumen di Afrika selatan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tracy Allen pada tahun 2007, konsumen di Afrika Selatan masih rendah kesadarannya dalam menggunakan produk hijau, persepsi harga yang mahal, dan rendahnya permintaan terhadap produk hijau.
- c. Perilaku Konsumen di India
- Perilaku konsumen di India berdasarkan penelitian Mishra & Sharma tahun 2010 pada umumnya sudah memiliki kesadaran untuk menggunakan produk hijau, karena masyarakat India sudah memiliki gaya hidup sehat seperti penggunaan produk yang alami atau herbal, yoga, sehingga produk hijau akan lebih mudah diterima di India. Tetapi tetap harga yang tinggi masih melekat di persepsi konsumen India terhadap produk hijau.
- d. Perilaku Konsumen Hijau Indonesia
- Perilaku konsumen di Indonesia menurut data Bappenas tahun 2011, survey yang dilakukan YLKI tahun 2002 menyatakan klaim hemat energi menjadi pertimbangan ke empat setelah garansi, harga, dan merek. Survey yang dilakukan Mintel tahun 2009 menyatakan 78% ingin membeli lebih banyak produk organik bila harga lebih murah, 54% akan membeli produk 'hijau' jika harga tidak terlalu tinggi dan 52% mengatakan harga produk pembersih ramah lingkungan sangat mahal. Survey yang dilakukan Catalyze Communication tahun 2011

menyatakan pertimbangan konsumsi berdasarkan garansi, harga, dan merek. Pertimbangan ramah lingkungan hanya 1%. 49% tidak percaya klaim 'hijau' produk, 30% tergantung merek. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M.F. Shellyana Junaedi tahun 2006 menyatakan segmen wanita berusia 30-49 tahun yang memiliki anak representatif untuk konsumsi produk hijau pada masa mendatang karena konsumen memiliki gaya hidup yang berorientasi pada kesehatan keluarganya terutama anaknya, dan 82,4% termasuk konsumen yang sadar terhadap lingkungan tetapi tidak membeli produk organik. 34,8% pendapat konsumen produk organik mahal dan 23,1% tidak mudah didapat.

PELUANG DAN STRATEGI BISNIS HIJAU DI INDONESIA

Definisi Bisnis Hijau

Menurut FORA (2010 : 6) dalam *Green Paper*, menyatakan bahwa "*Green business models involve the creation of new types of jobs, lower environmental impacts, and they are very promising platforms for innovation*".

Model bisnis hijau melibatkan penciptaan jenis pekerjaan baru, dampak lingkungan yang lebih rendah, dan mereka sangat menjanjikan platform untuk inovasi.

Menurut Kementrian Lingkungan Hidup "Greening business management" adalah strategi pengelolaan lingkungan yang terpadu yang meliputi pengembangan struktur organisasi, sistem dan budidaya dalam suatu kompetensi hijau dengan cara

menerapkan dan mentaati seluruh peraturan tentang pengelolaan lingkungan, termasuk pengelolaan bahan baku, pengolahan limbah, penggunaan sumberdaya alam yang efektif, penggunaan teknologi produksi yang menghasilkan limbah minimal serta menerapkan komitmen kesadaran lingkungan bagi seluruh karyawan dalam organisasinya.

Analisa Peluang Bisnis Hijau

Analisa Peluang berdasarkan lingkungan makro :

1. Dari sisi ekonomi peluang untuk mengembangkan bisnis hijau adalah peningkatan PDB (Produk Domestik Bruto) ini berarti adanya peningkatan daya beli konsumen Indonesia. Indonesia penghasil CO₂ terbesar kedua setelah China dalam pertumbuhan ekonominya dan menggerus 5% dari PDB untuk perbaikan lingkungan, bisnis hijau dapat mengurangi gas CO₂ dan mengurangi biaya untuk perbaikan lingkungan dari PDB.
2. Dari sisi sosial-demografi, pertumbuhan penduduk Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah penduduk yang banyak menyebabkan peningkatan dalam konsumsi, sehingga ini merupakan peluang bagi bisnis hijau untuk mengembangkan bisnisnya di pasar yang cukup luas dan potensial. Konsumsi penduduk terhadap produk hijau akan mengurangi dampak terhadap lingkungan.
3. Dari sisi politik-hukum dan pemerintahan, pemerintah mendukung para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis atau usaha yang ramah lingkungan, ini dibuktikan dengan disusunya peraturan-

peraturan, ketetapan-ketetapan, dan undang-undang yang mengarahkan pada pengembangan usaha ramah lingkungan, meski belum sepenuhnya ditetapkan dan dilaksanakan. Secara legalitas bisnis hijau akan dilindungi oleh payung hukum.

4. Dari sisi ekologi, posisi Indonesia sebagai penghasil emisi GHG terbesar ketiga setelah Amerika dan China, menekankan Indonesia untuk memperbaiki lingkungannya. Dan bisnis hijau sangat membantu untuk mengurangi emisi GHG.
5. Dari sisi perilaku konsumen, konsumen Indonesia memiliki kesadaran terhadap lingkungan, kondisi ini merupakan peluang bagi para pengembang bisnis hijau di Indonesia.

Berikut ringkasan analisa peluang bisnis hijau di Indonesia :

Tabel 2. Analisa Peluang Bisnis Hijau

No	Faktor	Analisa Peluang
1	Ekonomi	PDB meningkat, daya beli meningkat
2	Sosial	Jumlah Penduduk Indonesia besar, pasar potensial
3	Politik	Peraturan, hukum, mengenai bisnis hijau telah ada

4	Ekologi	Indonesia penghasil emisi GHG, mendorong untuk mengembangkan bisnis ramah lingkungan
5	Konsumen	Kesadaran konsumen Indonesia terhadap lingkungan terus meningkat dan ketersediaan produk hijau masih sangat terbatas, tidak mudah didapat, persaingan masih rendah

Tantangan Bisnis Hijau di Indonesia

Bisnis hijau akan menghasilkan produk hijau. Berdasarkan analisa perilaku konsumen di beberapa negara termasuk Indonesia, ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan dalam bisnis hijau, yaitu:

1. Harga
ternyata meski pada umumnya kesadaran konsumen terhadap lingkungan terus meningkat tetapi harga penawaran produk hijau yang masih tinggi menjadi pengaruh yang paling tinggi untuk memutuskan membeli produk hijau.
2. Kepercayaan
Selain harga ada juga masalah ketidakpercayaan konsumen pada label “hijau” atau ecolabel, konsumen Indonesia sebagian berpendapat bahwa informasi itu tidak akurat.
3. Edukasi
Informasi mengenai fungsi, manfaat, serta keunggulan dari produk hijau atau produk yang ramah lingkungan masih rendah, sehingga sebagian konsumen masih enggan membeli produk hijau dengan harga premium.

4. Target Pasar

Target pasar untuk produk hijau adalah ceruk pasar, karena targetnya adalah untuk konsumen yang peduli dengan lingkungan dan rela membayar sejumlah uang untuk membeli produk hijau.

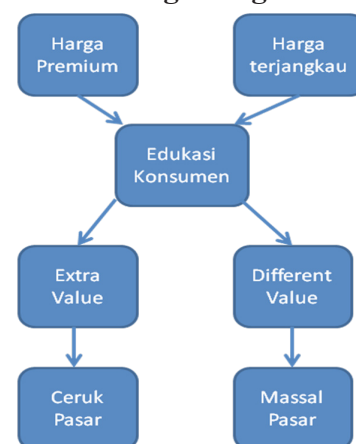
Strategi Bisnis Hijau di Indonesia

Apa yang harus dilakukan jika akan mengembangkan bisnis hijau? Berikut beberapa langkah yang harus dilakukan dalam bisnis hijau di Indonesia :

1. Harga Premium VS Harga Terjangkau

Jika produsen tetap menawarkan harga premium maka harus mengedukasi konsumen adanya extra value dalam produk hijau yang ditawarkan seperti keunggulan, perbedaan dari produk non hijau maupun produk hijau yang ditawarkan lebih terjangkau, kualitas premium, dan lain-lain. Target pasar harga premium terbatas pada ceruk pasar. Sedangkan jika produsen produk hijau menawarkan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen, produsen cukup mengedukasi perbedaan produk non hijau dengan produk hijau yang mereka tawarkan. Target pasarnya akan lebih luas dibanding harga premium, pasarnya lebih massal.

Gambar 3. Strategi Harga Bisnis Hijau



2. Komunikasi dan Edukasi

Memberikan informasi seperti melakukan komunikasi lewat iklan, memberi edukasi pada konsumen seperti seminar mengenai lingkungan, open factory bagi pelajar atau masyarakat umum, melibatkan konsumen dalam proses CSR (*Corporate Social Responsibility*) misalnya dengan ikut berpartisipasi dalam acara yang diadakan oleh perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan seperti penanaman pohon, sepeda santai, gerak jalan. Kegiatan-kegiatan tersebut akan memberi informasi yang lebih mengenai lingkungan kepada konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk hijau yang ditawarkan.

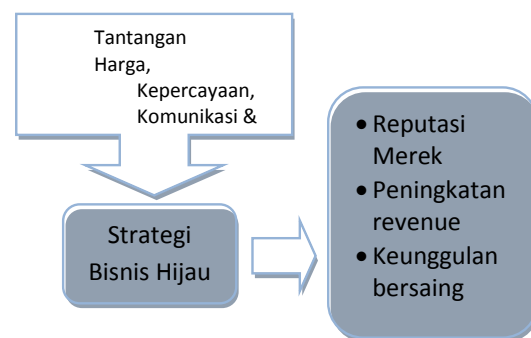
3. Produk Hijau sebagai keunggulan bersaing

- a) Menurut Hartmann (2005:21), *a well-implemented green positioning strategy can lead on the whole to a more favourable perception of the brand, thus giving support to the green marketing approach in general*. Pelaksanaan strategi hijau akan berdampak positif terhadap persepsi merek.
- b) Menurut survey yang dilakukan Boston Consulting Group dalam UNEP (2012:22) *“brand reputation is often seen as the most important reason for organizational response to sustainability”*. Strategi hijau dilaksanakan oleh perusahaan untuk reputasi merek.
- c) David Wigder (2007) dalam Retnawati (2011:5) menyatakan ada asosiasi kuat antara tindakan perusahaan lingkungan dan tanggung jawab social, akan mempengaruhi perilaku pembelian.

Strategi hijau mendorong pembelian sehingga dapat meningkatkan penerimaan dari penjualan.

- d) Menurut Hosein (2011:542) *“green marketing activities will enable the company to shine next to their competitors by offering new products with extra advantages, in the new markets”*. Implementasi bisnis yang ramah lingkungan dapat menjadi keunggulan bersaing diantara persaingan yang ketat, karena produk yang ditawarkan mempunyai nilai tambah ramah lingkungan dibandingkan pesaing.

Gambar 4. Strategi Bisnis Hijau



KESIMPULAN

Analisa Lingkungan makro dilakukan menggunakan faktor ekonomi, sosial, politik, dan ekologi. Analisa lingkungan makro dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman bisnis.

Perilaku Konsumen Indonesia sebagian besar telah memiliki kesadaran terhadap lingkungan dan mau menggunakan produk hijau, hanya kendala harga yang masih dianggap mahal dan ketersediaan produk hijau yang tidak mudah didapat, membuat konsumen masih memilih produk non hijau.

Berdasarkan analisa lingkungan makro maka diketahui peluang berupa pasar potensial, daya beli meningkat, dukungan dari pemerintah, dorongan dari lingkungan untuk mengembangkan bisnis hijau. Tantangan dalam bisnis hijau adalah masalah harga, kepercayaan, target pasar, dan edukasi. Strategi yang disarankan adalah penetapan harga premium vs harga terjangkau, komunikasi dan edukasi yang akan meningkatkan kepercayaan konsumen. Strategi bisnis hijau ini menghasilkan keunggulan bersaing, reputasi merek dan peningkatan penerimaan.

DAFTAR PUSTAKA

BertaBektiRetnawati.(2011),“Peningkatan Nilai Merek-Merek Asli Indoneisa dengan Green Branding”, Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, Volume 7 Nomor 1.

Christopher Gan, Han Yen Wee, Lucie Ozanne, TzuHui Kao. (2008) “Consumers’ purchasing behavior towards green products in New Zealand”, Innovative Marketing Journal, Volume 4, Issue 1.

FORA. (2010), “Green Business Models in Nordic Region”, Green Paper.

Freddy Rangkuti. (2006), “Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21”, PT.Ikrar Mandiriabadi.

Hosein Vazifehdust, Amin Asadollahi. (2011), “The Role of Social Responsibility in Green Marketing & Its Effects Health & Environment in Iran”, European Journal of

Social Sciences, Volume 19 Number 4.

Iskandar. (2009), “Metodologi Penelitian Kualitatif. Aplikasi untuk Pendidikan, Hukum, Ekonomi & Manajemen, Sosial, Humaniora, Politik, Agama dan Filsafat”, Gaung Persada Press.

J. Paul Peter & Jerry C. Olson. (2010) “Consumer Behaviour and Marketing Strategy”, McGraw-Hill Companies, Inc.

Karen Chapple. (2008), “Defining The Green Economy : A Primer on Green Economic Development”, The Center for Community Innovation (CCI).

Kementrian Lingkungan Hidup Republik Indonesia. (2010), “Status Lingkungan Hidup Indonesia 2010”.

M.F. Shellyana. (2006), “Pengembangan Model Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan di Indonesia : Studi Perbandingan Kota Metropolitan dan Kota Non Metropolitan”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol.21, No.4.

Michael Levy & Barton A. Weitz. (2012), “Retailing Management”, McGraw-Hill Companies, Inc.

Michael R. Solomon. (2011), “Consumer Behaviour. Buying, Having, and Being”, Pearson Education, Inc.

Pavan Mishra & Payal Sharma. (2010), “Green Marketing in India : Emerging Opportunities and Challenges”, Journal of Engineering, Science and Management Education, vol.3.

PEACE. (2007), “Indonesia and Climate

Change : Current Status and Policies”.

Robert Dahlstrom. (2011), “Green Marketing Management”, Nelson Education Ltd.

Rudi Hatyadi. (2009), “Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix”, Tesis. Universitas Diponegoro.

Tracy Allen. (2007), “Green-Marketing. Could Green-Marketing be Competitive Advantage for Retailers within South

Africa”, Disertasi. University of Pretoria.

UNEP. (2012), “The Business Case for The Green Economy”.

Yogi, Adang Widjana, Ratnaningtyas. (2003), “Manajemen Stratejik. Pendekatan Analisis Praktis”, JPU Press.

<http://www.bappenas.go.id/get-file-server/node/11525/>

<http://nationalgeographic.co.id/berita/2012/04/indonesia-sulit-terapkan-green-economy>

Corporate Governance, Pengaruhnya Terhadap Kualitas Informasi Investor Atas Bumn Terprivatisasi

Dwi Lusi Tyasing Swastika
STIE Malangkuçewara Malang
lusiconsultant@yahoo.com

Abstract

Most of the SOEs in developing countries, especially Indonesia has a weakness governance, among other issues that cause agency problems of government intervention in the management of SOEs is high. Corporate governance is expected to serve to suppress or reduce the agency cost due asymmetric information, that the more managers (agent) know internal information and the company's prospects in the future compared with shareholders and stakeholders (principal). This research was conducted to determine the extent to which corporate governance is measured by Shareholders' Meeting Index, Board of Director Index, Firm's Transparency Index, affect the quality of investor information as indicated by the value of the bid-ask spread on investments in privatized SOEs. The research sample was privatized 11 SOEs for the period 2008-2011, totally 44 observations. By using multiple linear regression analysis, the results showed that Shareholders' Meeting Index of corporate governance significantly influences the quality of investor information.

Keywords: *asymmetric information, corporate governance, the quality of investor information, privatized SOEs.*

PENDAHULUAN

Privatisasi BUMN telah mampu membangun praktek *Good Corporate Governance* (GCG) lebih baik yang pada akhirnya memicu perbaikan kinerja (Boubakri *et al*, 1996; Megginson & Netter, 2001; Gompers, *et al* 2003; Cremers dan Nair, 2005). Namun sebagian besar BUMN di negara berkembang, terutama Indonesia memiliki kelemahan *governance*, antara lain masalah *agency problem* yang menyebabkan intervensi pemerintah dalam pengelolaan BUMN cukup tinggi (Wei *et al*, 2005). *Agency problem* timbul karena adanya konflik atau perbedaan kepentingan antara *principal* (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan

agent (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat). *Agency theory* berusaha menjelaskan tentang penentuan kontrak yang paling efisien yang bisa membatasi konflik atau *agency problem* (Jensen & Meckling, 1976 dan Eisenhardt, 1989). Perspektif hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance* (Ujiyantho & Pramuka, 2007). *Corporate governance* diharapkan dapat berfungsi untuk menekan atau menurunkan *agency cost* (Shleifer & Vishny, 1997). *Agency cost* muncul akibat adanya *asymmetric information*, bahwa pihak manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan

pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Akibatnya informasi yang diperoleh *principal* kurang lengkap sehingga tetap tidak dapat menjelaskan kinerja *agent* yang sesungguhnya dalam mengelola kekayaan *principal* yang telah dipercayakan kepada *agent* (Arifin, 2005).

Investor sebagai *principal* membutuhkan informasi yang berkualitas untuk mengetahui kinerja perusahaan tempat berinvestasi. Likuiditas menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan investor dalam pengambilan keputusan investasi selain dua faktor penting lainnya yaitu *return* dan risiko (Frensidy, 2008). Secara teori, suatu aset disebut likuid jika aset itu dapat ditransaksikan dalam waktu singkat, dengan biaya murah, dalam jumlah besar, dan tanpa perubahan harga (*market impact*). Harris dalam Satiari (2009) menemukan bahwa pasar saham yang likuid ditunjukkan dengan *bid-ask spread* yang kecil, besarnya *depth*, dan tingginya volume perdagangan. *Spread* yaitu selisih antara harga jual terbaik dan harga beli terbaik. Jika besaran *spread* itu dibagi rata-rata harga jual terbaik dan harga beli terbaik, kita akan mendapatkan *spread* relatif. *Spread* relatif ini adalah faktor penting yang dipertimbangkan investor dalam memutuskan untuk menggunakan *market order* atau *limit order* (Frensidy, 2008).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana *corporate governance* mempengaruhi kualitas informasi investor yang ditunjukkan dengan nilai *bid-ask spread* atas investasi yang dilakukan pada BUMN terprivatisasi. Anglin *et al* (2011) menemukan adanya pengaruh

antara *corporate governance* dengan *bid-ask spread* sebagai proksi dari *asymetric information* pada *Real Estate Investment Trusts* (REIRs).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Corporate Governance

Corporate governance merupakan suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham/pemilik modal, komisaris/dewan pengawas, dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika (Sutedi, 2011). Sementara itu Maksum (2005) menyatakan bahwa *corporate governance* itu adalah suatu sistem yang dibangun untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan sehingga tercipta tata hubungan yang baik, adil dan transparan di antara berbagai pihak yang terkait dan memiliki kepentingan (*stakeholder*) dalam perusahaan. Pihak-pihak terkait dimaksud terdiri atas (Arifin, 2005) pihak internal yang meliputi dewan komisaris, direksi, dan karyawan yang bertugas mengelola perusahaan dan pihak eksternal yang meliputi investor, kreditur, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*).

Kualitas Informasi Investor

Kualitas informasi investor dalam penelitian ini merupakan *asymetric information*, yaitu informasi yang tidak seimbang, disebabkan adanya distribusi informasi yang tidak

sama antara *principal* dan *agent* (Arifin, 2005). Dalam hal ini *principal* seharusnya memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mengukur tingkat hasil yang diperoleh dari usaha *agent*, namun ternyata informasi tentang ukuran keberhasilan yang diperoleh oleh *principal* tidak seluruhnya disajikan oleh *agent*.

Asymmetric information, dapat menimbulkan 2 (dua) permasalahan yang disebabkan adanya kesulitan *principal* untuk memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan *agent*, yaitu (1) *Moral Hazard*, merupakan permasalahan yang muncul jika *agent* tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja; dan (2) *Adverse selection*, merupakan suatu keadaan saat *principal* tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh *agent* benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas (Jensen & Meckling, 1976).

Kualitas informasi investor dalam penelitian ini diproksikan dengan *bid-ask spread* (Atkins & Dyl, 1990; Anglin *et al*, 2011), karena *bid-ask spread* merupakan faktor yang dipertimbangkan investor untuk mengambil keputusan apakah menahan atau menjual saham tersebut (Hadi, 2008; Satiari, 2009). *Bid-Ask Spread* (Atkins & Dyl, 1990) mempengaruhi frekuensi perdagangan dan menyebabkan investor mengharapkan untuk menahan lebih panjang (pendek) asset yang memiliki biaya transaksi yang lebih tinggi (rendah). Hal yang harus diperhatikan investor untuk memutuskan membeli atau menjual pada

harga tertentu yaitu mengetahui seberapa besar perbedaan (*spread*) antara permintaan beli (*bid*) dan harga tawaran jual (*ask*). *Bid-Ask Spread* yang merupakan fungsi dari *transaction cost* diprediksi bahwa *asset* yang memiliki *spread* yang lebih besar menghasilkan *expected return* yang lebih tinggi pula, akibatnya investor menyimpan saham atau *holding period* yang panjang (Stoll, 1983).

Pengembangan Hipotesis

Agency Theory menggambarkan adanya perilaku dari manajer/*agent* untuk bertindak hanya untuk menguntungkan dirinya sendiri dengan mengorbankan kepentingan pihak lain/pemilik/*principal*, dapat terjadi karena manajer/*agent* mempunyai informasi yang lengkap mengenai perusahaan, sedangkan informasi tersebut tidak dimiliki oleh pemilik perusahaan/*principal*, sehingga timbul *asymmetric information* (Arifin, 2005). Kondisi ini menimbulkan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) yang kurang sehat karena tidak adanya keterbukaan dari manajemen untuk mengungkapkan hasil kinerjanya kepada *principal* sebagai pemilik perusahaan. *Agency Theory* menganalisis dan mencari solusi atas dua permasalahan yang muncul dalam hubungan antara para *principal* (pemilik/pemegang saham) dan *agent* mereka (manajemen). Berdasarkan kondisi semacam ini, dibutuhkan sistem tata kelola yang baik pada perusahaan (*Good Corporate Governance/GCG*). Adanya pengaruh antara *corporate governance* dengan *asymmetric information* ditemukan oleh Bianco, Ghosh, dan Sirmans (2007) Bauer, Eichholtz, dan Kok (2010); Anglin *et al* (2011).

Berdasarkan informasi di atas, hipotesis dalam penelitian ini diajukan sebagai berikut:

H_1 : *corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap kualitas informasi investor.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian kausalitas yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (*cause-effect*) antar beberapa variabel (Ferdinand, 2006).

Variabel Penelitian

Independent Variable, yaitu *corporate governance* (CG), diproksikan menggunakan tiga ukuran (Hu *et al*, 2004), yaitu (1) *Shareholders' Meeting Index*(SMI), yaitu indeks Rapat Umum Pemegang Saham yang diperoleh dari jumlah; (2) *Board of Director Index*(BDI), yaitu indeks dewan direksi yang diperoleh dari besarnya persentase dewan direksi dibandingkan dengan dewan komisaris; dan (3) *Firm's Transparency Index*(FTI), yaitu indeks transparansi perusahaan diperoleh dari besarnya persentase auditor eksternal yang dipergunakan perusahaan.

Dependent Variable, yaitu kualitas informasi investor (KII) yang merupakan *asymmetric information* yang diproksikan menggunakan *bid-ask spread* (Atkins & Dyl, 1997; Satiari, 2009; Anglin *et al*, 2011), yaitu besarnya persentase selisih harga beli tertinggi dengan *trader* bersedia membeli suatu saham dengan harga jual terendah yang *trader* bersedia menjual saham tersebut.

*Bid-Ask Spread*_{*i,t*} : rata-rata *bid-ask spread* harian selama hari perdagangan *i* pada saat *t*.

$$Bid-Ask Spread_{i,t} = \frac{\sum_{d=1}^N \frac{ask_{i,t} - bid_{i,t}}{(ask_{i,t} + bid_{i,t})/2}}{N} \times 100\%$$

$ask_{i,t}$: harga permintaan jual terendah *i* pada saat *t*.

$bid_{i,t}$: harga penawaran beli tertinggi *i* pada saat *t*.

N : jumlah hari perdagangan.

Control Variable, terdiri dari: (1) *Leverage*(Lev), merupakan persentase kewajiban perusahaan yang diukur menggunakan perimbangan antara total kewajiban dengan total aktiva (Anglin *et al*, 2011); (2) Struktur Kepemilikan (StKep), merupakan besarnya persentase kepemilikan publik, setelah BUMN di privatisasi (Mathur & Wanrapee, 2007; Razak *et al.*, 2011); (3) *Stock Return*(StRet), merupakan *return* yang diterima investor di hitung menggunakan *abnormal return* yang merupakan selisih antara *actual return* dengan *expected return* (Johnson, *et al.*, 2005; Gumanti, 2011); dan (4) *Market Value of Equity*(MarVal), merupakan nilai pasar saham yang dimiliki oleh investor (Anglin *et al*, 2011; Razak *et al.*, 2011).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh BUMN RI sektor non keuangan yang diprivatisasi melalui *Initial Public Offering* (IPO) mulai tahun 1991 sampai dengan 2007, sebanyak 11 BUMN (Semen Gresik, Indosat, Tambang Timah, Telkom, Aneka Tambang, Kimia Farma, Indofarma, tambang Batu Bara Bukit Asam,

Perusahaan Gas Negara, Adhi Karya, dan Wijaya Karya). Sampel terpilih sebanyak populasi, sehingga metode pemilihan sampel menggunakan sensus. Tahun yang dianalisis mulai tahun 2008 sampai dengan 2011, karena salah satu dari BUMN, diprivatisasi pada tahun 2007 (PT Wijaya Karya). Jumlah seluruh pengamatan ada 44 buah.

Teknik Analisis

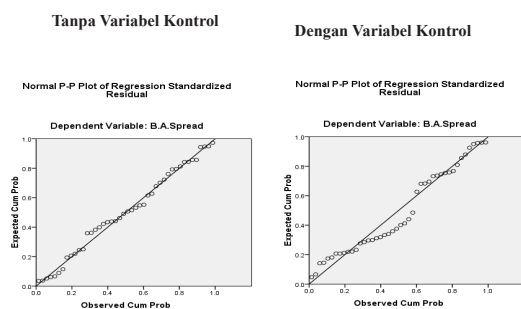
Data hasil penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linier, dengan formulasi sebagai berikut:

$$KII = \alpha + \beta CG + \gamma Controls + \varepsilon$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 11 BUMN sektor non keuangan yang diprivatisasi melalui IPO, dengan tahun analisis mulai 2008 sampai dengan 2011, sehingga jumlah data yang dianalisis sebanyak 44 amatan.

Hasil pengujian asumsi klasik ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar 1.
Uji Normalitas

Sumber: data diolah.

Gambar 1 hasil uji normalitas melalui *Normal P-Plot Diagram*, menunjukkan bahwaterdapat titik-titik data yang menyebar mendekati garis normal (Ghozali, 2007), sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 1.
Uji Multikolinearitas

Tanpa Variabel Kontrol			Dengan Variabel Kontrol		
Collinearity Statistics			Collinearity Statistics		
Variable	Tolerance	VIF	Variable	Tolerance	VIF
SMI	0,908	1,101	SMI	0,800	1,249
BDI	0,709	1,410	BDI	0,605	1,654
FTI	0,759	1,318	FTI	0,655	1,527
			Lev	0,840	1,191
			StKep	0,722	1,386
			StRet	0,730	1,369
			MarVal	0,499	2,002

Sumber: data diolah.

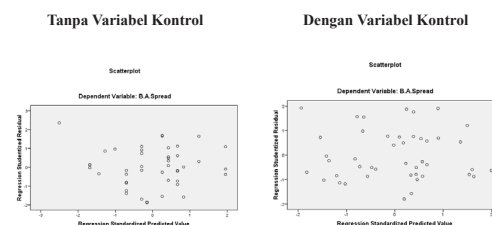
Tabel 1 hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua *independent variable* tidak terdapat multikolinearitas atau tidak berkorelasi antar *independent variabel*, batas nilai Tolerance adalah 1 dan nilai VIF adalah 10 (Ghozali, 2007).

Tabel 2.
Uji Autokorelasi

Keterangan	du	4 - du	DW
Tanpa Variabel Kontrol	1,7200	2,2800	1,784
Dengan Variabel Kontrol	1,9002	2,0998	1,956

Sumber: data diolah

Tabel 2 hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa semua model regresi menghasilkan nilai $(du) < DW < (4-du)$, sehingga tidak terdapat autokorelasi (Gujarati, 2006).



Gambar 2.
Uji Heterokedastisitas

Sumber: data diolah.

Gambar 2 hasil uji heterokedastisitas melalui *Scatterplot Diagram*, menunjukkan

bahwa titik-titik data menyebar di atas dan dibawah angka 0 tanpa membentuk pola (Ghozali, 2007), sehingga dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

Berdasarkan semua hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model analisis regresi linier berganda sesuai digunakan dalam penelitian ini.

Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.
Hasil Analisis Regresi Linier
Corporate Governanceterhadap Bid-Ask
Spread
(Tanpa Variabel Kontrol)

R ²	0,233	
F-hitung	4,057	Sig. 0,013*
SMI	$\beta = -0,356$	Sig. 0,019*
BDI	$\beta = -0,232$	Sig. 0,166
FTI	$\beta = -0,043$	Sig. 0,787

*Signifikan pada $\alpha = 0,05$.

Sumber: data diolah.

Tabel 3 menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap kualitas informasi investor yang diproksikan menggunakan *bid-ask spread*. Ukuran *corporate governance* menggunakan *Shareholders' Meeting Index*(SMI) merupakan ukuran yang paling signifikan mempengaruhi kualitas informasi investor (KII). Pengaruh negatif SMI terhadap KII mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang berbanding terbalik, artinya dengan semakin besarnya SMI akan menurunkan KII. Temuan

ini tidak mendukung penelitian Anglin *et al* (2011). Hal ini disebabkan upaya penyehatan BUMN melalui privatisasi, belum sepenuhnya saham pemerintah di lepas kepada publik, artinya dominasi pemerintah atas saham BUMN masih cukup tinggi, sehingga pada saat dilakukan RUPS suara dari publik belum mampu mendominasi.

sil Analisis Regresi Linier
Corporate Governanceterhadap Bid-Ask
Spread
(dengan Variabel Kontrol)

R ²	0,440	
F-hitung	4,046	Sig. 0,002*
SMI	$\beta = -0,297$	Sig. 0,040*
BDI	$\beta = -0,121$	Sig. 0,455
FTI	$\beta = 0,160$	Sig. 0,307
Lev	$\beta = 0,175$	Sig. 0,206
StKep	$\beta = 0,107$	Sig. 0,471
StRet	$\beta = 0,399$	Sig. 0,010*
MarVal	$\beta = -0,490$	Sig. 0,009*

*Signifikan pada $\alpha = 0,05$.

Sumber: data diolah.

Tabel 4 menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap kualitas informasi investor yang diproksikan menggunakan *bid-ask spread*. Independen variabel yang signifikan mempengaruhi kualitas informasi investor (KII) adalah *corporate governance* yang diukur menggunakan *Shareholders' Meeting Index*(SMI). Sedangkan kontrol variabel yang signifikan mempengaruhi

kualitas informasi investor (KII) adalah *stock return* (StRet) dan *market value of equity* (MarVal). *Stock return* signifikan mempengaruhi kualitas informasi investor mengindikasikan bahwa semakin tingginya perolehan *return* atas investasi yang dilakukan investor, menunjukkan semakin berkualitasnya informasi yang diperlukan dan diterima investor. Sementara itu, *market value of equity* signifikan mempengaruhi kualitas informasi investor mengindikasikan bahwa semakin besarnya nilai pasar atas ekuitas yang diperdagangkan, merupakan informasi yang berkualitas bagi investor. Nilai pasar ekuitas merupakan cerminan dari banyaknya ekuitas dalam bentuk saham yang diperdagangkan di pasar. Semakin banyak saham yang diperdagangkan (*outstanding*), semakin besar pula nilai pasar suatu saham. Dengan nilai pasar yang besar, menunjukkan bahwa ekuitas yang diperdagangkan, diminati oleh investor, karena mampu menghasilkan *return* yang diharapkan. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Johnson, *et al* (2005), Anglin *et al* (2011), dan Razak *et al* (2011).

PENUTUP / SIMPULAN

Corporate governance dengan ukuran *Shareholders' Meeting Index* (SMI), secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas informasi investor yang diprosikan dengan *bid-ask spread*, namun pengaruh yang terjadi adalah negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besarnya *Shareholders' Meeting Index* akan menurunkan kualitas informasi investor. Hal ini disebabkan upaya penyehatan BUMN melalui privatisasi, mayoritas saham masih berada di tangan pemerintah, sehingga campur

tangan pemerintah sebagai bentuk kontrol masih cukup dominan.

Penelitian berikutnya diharapkan dapat dilakukan untuk menemukan pengaruh *corporate governance* terhadap kualitas informasi investor, namun dengan proksi yang berbeda. Ukuran *corporate governance* sangat beragam. Belum ada standar pasti untuk ukuran *corporate governance*, namun di Indonesia telah dikembangkan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) yang dikeluarkan oleh IICG, namun belum semua perusahaan *go public* maupun BUMN terprivatisasi menggunakan ukuran tersebut.

Beragamnya indikator pengukuran *corporate governance*, akan dapat memberikan hasil analisis yang beragam pula, terutama untuk BUMN terprivatisasi. Proksi kualitas informasi investor dalam penelitian ini mengacu kepada *asymetric information*. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan eksplorasi untuk proksi lainnya sehubungan dengan kualitas informasi investor, karena selama ini penelitian lebih banyak menganalisis kualitas informasi dari sisi pelaporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anglin, Paul; Edelstein, Robert; Gao, Yanmin and Tsang, Desmond (2011) How Does Corporate Governance Affect the Quality of Investor Information? The Curious Case of REITs. *JRER, Vol. 33, No. 1, pp. 1 – 23*.
- Arifin (2005) *Peran Akuntan Dalam Menegakkan Prinsip Good Corporate Governance Pada Perusahaan Di Indonesia (Tinjauan Perspektif Teori*

- Keagenan). Disampaikan Pada Sidang Senat Guru Besar Universitas Diponegoro Dalam Rangka Pengusulan Jabatan Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Atkins, Allen B. dan Dyl, Edward A (1997) *Transaction costs and Holding Period for common stocks. The Journal of Finance. Vol. III. No. 1. pp. 309-325.*
- Bauer, R., P. Eichholtz, and N. Kok. (2010) Corporate Governance and Performance: The REIT Effect. *Real Estate Economics*, 38:1, 1–29.
- Bianco, C., C. Ghosh, and C.F. Sirmans (2007) The Impact of Corporate Governance on the Performance of REITs. *Journal of Portfolio Management*, 33, 175–91.
- Boubakri, Narjess and Cosset, Jean-Claude (1996) *The Financial and Operating Performance of Newly Privatized Firms: Evidence from Developing Countries.* Faculté des sciences de l'administration. Université Laval. Quebec, Canada.
- Chung, Kee H. and Kim, Youngsoo (2009) Volatility, Market Structure, and the Bid-Ask Spread. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies. Vol. 38. No. 1, pp 67-107.*
- Cremers, K.J.M. and V.B. Nair. (2005) Governance Mechanisms and Equity Prices. *Journal of Finance*, 25:6, 2859–93.
- Eisenhardt, Kathleem. M (1989) Agency Theory: An Assesment And Review, *Academy of Management Review*, 14, pp.57-74.
- Ferdinand,Agusty(2006)*Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen.* Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frensidy, Budi (2008) *Determinan Bid-Ask Spread Saham-Saham Dalam Kompas 100 Di Bursa Efek Indonesia.* FE UI. Depok.
- Ghozali, Imam (2007) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gompers,P.A.,J.Ishii,andA.Metrick(2003) Corporate Governance and Equity Prices. *Quarterly Journal of Economics*, 118, 107–55.
- Gujarati, Damodar (2006)*Dasar-Dasar Ekonometrika.*Jakarta: Erlangga.
- Gumanti, Tatang Ary (2011) *Manajemen Investasi, Konsep, Teori, dan Aplikasi.* Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hadi, Helmy Yulianto (2008) Analisis Pengaruh Bid-Ask Spread, Market Value, Dan Resiko Saham Terhadap Holding Period (Studi Kasus Pada Saham-Saham LQ 45 Periode 2003-2005). *Tesis.*
- Handa, P. and Schwartz, R.A (1996) How Best to Supply Liquidity to a Securities Market. *Journal of Portfolio Management*, Winter, pp. 44-51.
- Jensen, Michael, and William Meckling (1976) Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure.*Journal of Financial Economics*, 3, pp. 305-360.

- Johnson, Shane A.; Moorman, Ted; and Sorescu, Sorin (2005) *Governance, Stock Return and Market Efficiency*. Texas A & M University.
- Maksum, Azhar (2005) *Tinjauan Atas Good Corporate Governance Di Indonesia*. Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Mathur, Ike and Banchuenvijit, Wanrapee (2007) The Effects of Privatization on The Performance of Newly Privatized Firms in Emerging Markets. *Emerging Markets Review* 8 (2007) pages 134 – 146.
- Megginsin, William L. and Netter, Jeffry M (2001) From State To Market: A Survey Of Empirical Studies On Privatization.
- Myring, Mark and Shortridge, Rebecca Toppe (2010) Corporate Governance and the Quality of Financial Disclosures. *International Business & Economics Research Journal – June, Volume 9, Number 6*, pp. 103-110.
- Razak, Nazrul Hisyam Ab; Ahmad, Rubi Ahmad; and Joher, Huson Aliahmed (2011) Does Government Linked Companies (GLCs) perform better than non-GLCs? Evidence from Malaysian listed companies. *Journal of Applied Finance & Banking, Vol.1, No.1, 2011. pp. 213-240*. International Scientific Press.
- Samusenko, Yegor. *Corporate Governance Effects on Performance and Wealth Metrics of Firms in Transition Economies*. ysamusenko@eerc.kiev.ua.
- Satiari, Fitria (2009) Analisis Perbedaan Sistem Fraksi Harga Saham Terhadap Variabel *Bid-ask Spread, Depth*, Dan Volume Perdagangan (Studi Pada Fraksi Harga Rp. 10, Rp. 25, Rp. 50 Di Bursa Efek Indonesia). *Tesis*.
- Solomon, J.F., Solomon, A., dan Park, C. (2002), The role of institutional investors in corporate governance reform in South Korea: Some empirical evidence, *Corporate Governance: An International Review*, 10 (3), July: 211 – 224.
- Stoll, Hans R. (1983) Transaction Costs And The Small Firm Effect. *Journal of Financial Economics. Vol. 12. p. 57-80*.
- Sutedi, Adrian (2011) *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ujiyantho, Muh Arif dan Pramuka, Bambang Agus (2007) Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Go Publik Sektor Manufaktur). *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) X Padang, Makassar, 26-28 Juli*.
- Wei, Zuobao; Xie, Feixue and Zhang, Shaorong (2005) Ownership Structure and Firm Value in China's Privatized Firms: 1991-2001. *Journal of Financial And Quantitative Analysis Vol. 40. No. 1, March 2005. Page 87 – 108*.
- Wen, Yue-Fang (2007) The Effect of Corporate Governance on Quality of

Information Disclosure Evidence from Treasury Stock Announcement in Taiwan. *Journal of International Management Studies*. August, pp 165-173.

Schoorman, F.D., R.C. Mayer, et al. (2007). An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present and Future, *Academy of Management Review*, 32 (2), 344-354

Pengaruh Profitabilitas, *Financial Leverage*, Dividen, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Kelompok Usaha Terhadap Perataan Laba Studi Kasus Pada Perusahaan Non-Finansial Yang Terdaftar Di Bei

Eko Budi Santoso

Sherly Novia Salim

Universitas Ciputra

Universitas Kristen Duta Wacana

Abstract

This research is designed to examine factors that can be identified with the incidence of income smoothing practice among listed non-financial companies at Indonesian Stock Exchange. Those factors were profitability, financial leverage, dividend, size, institutional ownership, and industry sector. Tucker and Zarowin model is used to determine the income smoothing practices. This research used 89 non-financial companies listed on Indonesian Stock Exchange during a period 2009 – 2010. The hypotheses were tested using multiple regression analysis to examine the influence of these variables to income smoothing. The result of this research showed that profitability and industry sector did not have significant influence to income smoothing. Financial leverage and dividend have negative influence to income smoothing. Size and institutional ownership have positive influence to income smoothing.

Keywords: *financial leverage, dividend, industry sector, income smoothing.*

PENDAHULUAN

Situasi perekonomian negara yang tidak menentu dan ketatnya persaingan didunia usaha mendorong manajemen untuk bekerja lebih efektif dan efisien agar perusahaan mampu bertahan dan menjaga eksistensinya sekaligus meningkatkan kinerja manajemen untuk mendapatkan hasil yang optimal bagi perusahaan. Bagi investor, kinerja manajemen menjadi faktor pendorong dalam menilai suatu perusahaan dan membuat keputusan. Kinerja manajemen dapat tercermin didalam laporan keuangan. Laporan keuangan menggambarkan kondisi dan perkembangan keuangan perusahaan

yang dapat digunakan oleh pihak internal maupun pihak eksternal. Dalam suatu laporan keuangan, salah satu informasi yang paling sering dilihat oleh investor adalah laba perusahaan. Kirschenheiter dan Melumad (2002) dalam Juniarti dan Corolina (2005) mengemukakan bahwa informasi laba merupakan komponen laporan keuangan perusahaan yang bertujuan untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang presentatif dalam jangka panjang, dan menaksir risiko investasi atau meminjamkan dana. Seringkali investor hanya berpusat kepada laba yang dihasilkan

tanpa mengetahui bagaimana cara laba tersebut dihasilkan.

Dalam *Statement of Financial Accounting Concept (SFAC)* nomor 1 dalam Kustiani dan Ekawati (2006) mengungkapkan bahwa informasi laba merupakan perhatian utama dalam menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen dan informasi laba dalam membantu pemilik atau pihak lain melakukan penaksiran atas laba yang akan datang. Manajemen yang sadar kinerjanya diukur berdasarkan laba akan berusaha untuk meningkatkan kinerjanya dan mendorong manajemen untuk melakukan tindakan yang tidak semestinya (*dysfunctional behavior*) yaitu manajemen laba (*earnings management*) dan salah satu bentuknya adalah tindakan perataan laba (*income smoothing*).

Perataan laba (*income smoothing*) merupakan salah satu cara manajemen untuk mengelola laba untuk merepresentasikan keadaan perusahaan. Menurut teori keagenan (*agency theory*), perataan laba muncul ketika semua pihak yang terlibat mempunyai dorongan untuk melakukan kepentingannya sendiri-sendiri sehingga timbul adanya konflik antara prinsipal dan agen. Manajemen sebagai agen juga mempunyai keinginan untuk meningkatkan kesejahteraannya. Sebagai contoh, manajemen ingin mendapatkan bonus atas kinerjanya. Belkaoui (1984) dalam Kustiani dan Ekawati (2006) berpendapat perataan laba merupakan normalisasi laba yang dilakukan secara sengaja untuk mencapai trend atau level tertentu.

Menurut Fudenberg dan Tirole (1995) dalam Kustiani dan Ekawati (2006), konsep perataan laba mengasumsikan

bahwa investor adalah orang yang menolak risiko dan manajer yang menolak risiko, yaitu manajer yang menghindari pinjaman dan pemberian pinjaman dipasar modal. Oleh karena itu, manajemen melakukan tindakan perataan laba untuk mengurangi risiko dan menarik minat investor untuk menanamkan modal kedalam perusahaan tersebut. Gordon dalam Kustiani dan Ekawati (2006) menjelaskan kepuasan para pemegang saham meningkat dengan adanya penghasilan perusahaan yang stabil.

Praktik perataan laba tentu saja tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian mengenai praktik perataan laba dan faktor-faktor yang mempengaruhinya tetap menarik untuk dilakukan karena perbedaan hasil dalam setiap penelitian. Penelitian ini menggunakan definisi dari Tucker dan Zarowin (2005) yang menggunakan *discretionary accrual* dari *modified Jones* yang dimodifikasi oleh Kothari (2005). Faktor-faktor yang diteliti adalah profitabilitas, *financial leverage*, dividen, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan kelompok usaha. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan non-finansial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan yaitu 2003-2010.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas, *financial leverage*, dividen, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan kelompok usaha terhadap praktik perataan laba. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang kebanyakan menggunakan indeks Eckel untuk mendeteksi tindakan perataan laba. Penelitian ini menggunakan metode Tucker and Zarowin (2005) yang

menggunakan *discretionary accrual* dari model *modified Jones* yang dimodifikasi oleh Kothari (2005).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Laba

Belkaoui (2004) menyatakan bahwa laba adalah hal yang mendasar dan penting bagi laporan keuangan dan memiliki banyak kegunaan diberbagai konteks. Laba pada umumnya dipandang sebagai dasar untuk perpajakan, penentu dari kebijakan pembayaran dividen, panduan dalam melakukan investasi dan pengambilan keputusan, dan satu elemen peramalan.

Dalam Yusuf dan Soraya (2004) informasi laba harus dilihat dalam kaitannya dengan persepsi pengambilan keputusan karena kualitas informasi laba ditentukan oleh kemampuannya memotivasi tindakan individu dan membantu pengambilan keputusan yang efektif. Hal ini didukung FASB yang menerbitkan SFAC No.1 yang menganggap bahwa laba akuntansi merupakan pengukuran yang baik atas prestasi perusahaan dan oleh karena itu laba akuntansi hendaknya dapat digunakan dalam prediksi arus kas dan laba dimasa yang akan datang.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam konsep akuntansi modern, didalam suatu perusahaan terdapat pemisahan tugas antara prinsipal dan agen. Prinsipal merupakan orang yang menanamkan modalnya kedalam perusahaan sedangkan agen adalah orang yang bekerja untuk prinsipal dan memberikan informasi kepada

prinsipal (Jensen dan Meckling, 1976). Hal ini melahirkan suatu teori yang dinamakan teori keagenan.

Konsep teori keagenan menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya. Dalam hubungan keagenan, manajer memiliki asimetri informasi terhadap pihak eksternal perusahaan, seperti kreditor dan investor. Asimetri informasi terjadi ketika manajer memiliki informasi internal perusahaan relatif lebih banyak dan mengetahui informasi tersebut relatif lebih cepat dibandingkan pihak eksternal tersebut. Dalam kondisi demikian, manajer dapat menggunakan informasi yang diketahuinya untuk memanipulasi pelaporan keuangan dalam usaha memaksimalkan kemakmurannya. (Salno dan Baridwan, 2000)

Dengan adanya perbedaan kepentingan antara masing-masing pihak, terutama dari pihak manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan laba yang dihasilkan menyebabkan manajer berusaha mencapai keinginannyatersebutdenganmanipulasi angka laba yang terdapat didalam laporan keuangan dengan cara manajemen laba dan salah satu bentuknya adalah perataan laba (*Income Smoothing*).

Perataan Laba (*Income Smoothing*)

Menurut Belkaoui (2004), definisi awal perataan laba (*income smoothing*) adalah pengurangan fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan

dari tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode-periode yang kurang menguntungkan. Definisi yang lebih akhir mengenai perataan laba melihatnya sebagai fenomena proses manipulasi profil waktu dari pendapatan atau laporan pendapatan yang dilaporkan selama periode tersebut. Hepworth (1953) dalam Aji dan Mita (2000) menjelaskan bahwa praktik perataan laba yang dilakukan oleh manajemen merupakan suatu tindakan yang rasional dan logis karena adanya alasan perataan laba sebagai berikut:

1. Sebagai teknik untuk mengurangi laba dan menaikkan biaya pada tahun berjalan sehingga pajak yang terhutang atas perusahaan menjadi kecil.
2. Sebagai bentuk peningkatan citra perusahaan dimata investor, karena mendukung kestabilan penghasilan dan kebijakan dividen sesuai dengan keinginan investor ketika perusahaan mengalami kenaikan atas laba yang diperolehnya.
3. Sebagai jembatan penghubung antara manajemen perusahaan dengan karyawannya.

Watts dan Zimmerman (1986) dalam Belkaoui (2004) menjelaskan hipotesa yang diaplikasikan untuk melakukan prediksi dalam teori akuntansi positif mengenai motivasi manajemen melakukan perataan laba, yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesa rencana bonus (*bonus plan hypothesis*) berpendapat bahwa manajemen yang diberikan janji untuk mendapatkan bonus sehubungan dengan peforma perusahaan khususnya terkait dengan laba perusahaan yang diperolehnya akan termotivasi untuk mengakui laba perusahaan yang seharusnya menjadi bagian dimasa

yang akan datang, diakui menjadi laba perusahaan ditahun berjalan.

2. Hipotesa perjanjian utang (*debt covenant hypothesis*) berpendapat bahwa semakin tinggi utang/ekuitas perusahaan, yaitu sama dengan semakin dekatnya (semakin ketatnya) perusahaan terhadap batasan-batasan yang terdapat didalam perjanjian utang dan semakin besar kesempatan atas pelanggaran perjanjian dan terjadinya biaya kegagalan teknis, maka semakin besar kemungkinan bahwa para manajer menggunakan metode-metode akuntansi yang meningkatkan laba.
3. Hipotesa biaya politik (*political cost hypothesis*) berpendapat bahwa perusahaan besar kemungkinan besar akan memilih metode akuntansi yang dapat menurunkan nilai laba.

Pengembangan Hipotesis

Menurut Ashari, dkk (1994), perusahaan dengan profitabilitas rendah cenderung melakukan perataan laba. Hal ini dikarenakan dampak dari fluktuasi laba akan lebih parah pada perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah. Investor akan merasa takut dengan adanya fluktuasi laba dengan profitabilitas yang rendah. Oleh karena itu, manajemen mempunyai motivasi yang kuat untuk melakukan perataan laba.

Fluktuasi profitabilitas yang rendah atau menurun memiliki kecenderungan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan tindakan perataan laba, terlebih lagi jika perusahaan tersebut menetapkan skema kompensasi bonus didasarkan pada besarnya profit yang dihasilkan. (Juniarti dan Corolina, 2002). Berdasarkan hipotesis rencana bonus, manajer perusahaan

dengan rencana bonus kemungkinan besar menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laporan laba periode di periode berjalan. Dasar pemikirannya adalah bahwa tindakan seperti itu akan meningkatkan persentase nilai bonus jika tidak terdapat penyesuaian terhadap metode terpilih.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budhijono (2006) dan Ashari, dkk (1994) menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang rendah cenderung melakukan perataan laba dan hasil yang didapat adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dan tindakan perataan laba. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang dapat diambil adalah:

H1 = Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap perataan laba

Hipotesis ekuitas utang berpendapat bahwa semakin tinggi utang/ekuitas perusahaan, yaitu semakin ketatnya perusahaan terhadap batasan-batasan yang terdapat didalam perjanjian utang dan semakin besar kesempatan atas pelanggaran perjanjian dan terjadinya biaya kegagalan teknis, maka semakin besar kemungkinan bahwa para manajer menggunakan metode-metode akuntansi yang meningkatkan laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji dan Mita (2010) dan Kustiani dan Ekawati (2006) menyatakan bahwa *financial leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap tindakan perataan laba. Semakin tinggi rasio leverage sebuah perusahaan maka manajemen akan melakukan perataan laba. Berdasarkan keterangan diatas maka

hipotesis yang diambil adalah:

H2 = *Financial Leverage* berpengaruh positif terhadap perataan laba

Faozi (2003) menyatakan bahwa *dividend payout ratio* berpengaruh terhadap praktik perataan laba. Perusahaan yang menerapkan kebijakan dividen dengan tingkat *dividend payout ratio* yang tinggi memiliki risiko yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang menerapkan kebijakan tingkat *dividend payout ratio* rendah jika terjadi fluktuasi laba. Perusahaan yang menerapkan kebijakan *dividend payout ratio* yang tinggi cenderung melakukan tindakan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan yang menerapkan kebijakan tingkat *dividend payout ratio* rendah.

Perusahaan yang menerapkan *dividend payout ratio* yang tinggi akan mendapatkan persepsi dari investor bahwa perusahaan dapat memberikan tingkat pengembalian yang tinggi dan akan menarik minat investor dalam menanamkan modalnya. Akan tetapi, jika terjadi fluktuasi laba akan menyebabkan *dividend payout ratio* juga berfluktuasi (Mursalim 2010). Jika terjadi dividen yang dibagikan rendah, akan menyebabkan investor memindahkan sahamnya ke perusahaan lain. Oleh karena itu manajer cenderung melakukan perataan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Budiasih (2009) juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara *dividend payout ratio* terhadap perataan laba. Berdasarkan uraian diatas maka:

H3 = *dividend payout ratio* berpengaruh positif terhadap tindakan perataan laba.

Hubungan ukuran perusahaan terhadap perataan laba tidak terlepas dari hipotesis biaya politik. Hal ini disebabkan karena sektor publik (pemerintah) memiliki wewenang untuk mempengaruhi distribusi kekayaan diantara berbagai kelompok masyarakat. Perusahaan yang mendapatkan sorotan dari pemerintah pasti akan terbebani oleh biaya politik tersebut terutama dalam hal pemungutan pajak dari pemerintah, dimana perusahaan biasanya enggan membayar pajak yang tinggi, sedangkan pemerintah ingin memungut pajak sebesar-besarnya. Fluktuasi *earning* yang berlebihan akan menarik perhatian pemerintah (regulator). Fluktuasi kenaikan *earning* yang besar akan dianggap sebagai signal adanya praktek monopoli, sedangkan fluktuasi penurunan *earning* yang besar akan dianggap sebagai signal adanya krisis dan akan menyebabkan campur tangan pemerintah.

Penelitian yang dilakukan oleh Budhijono (2006) mengidentifikasi adanya pengaruh yang positif antara ukuran perusahaan dan praktik perataan laba. Berdasarkan keterangan diatas maka hipotesis yang diambil adalah:

H4 = Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap praktik perataan laba.

Rachmawati dan Triatmoko (2007) dalam Pujianingsih (2011) menyatakan bahwa dalam hubungannya dengan fungsi monitor, investor institusional diyakini memiliki kemampuan untuk memonitor tindakan manajemen lebih baik dibandingkan investor individual. Pengaruhnya terhadap tindakan perataan laba adalah positif karena investor institusional adalah pemilik sementara (*transfer owner*) sehingga

hanya terfokus pada laba sekarang (*current earnings*). Perubahan pada laba sekarang dapat mempengaruhi keputusan investor institusional. Jika perubahan ini tidak dirasakan menguntungkan oleh investor, maka investor dapat melikuidasi sahamnya. Investor institusional biasanya memiliki saham dengan jumlah yang besar, sehingga jika mereka melikuidasi sahamnya akan mempengaruhi nilai saham secara keseluruhan. Untuk menghindari tindakan tersebut maka manajer akan cenderung melakukan tindakan perataan laba. Budiono (2005) dalam Makaryanawati dan Milani (2008) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap perataan laba. Makaryanawati dan Milani (2008) juga menyatakan bahwa kepemilikan institusional akan membuat manajer merasa terikat untuk memenuhi target laba dari investor sehingga mereka akan cenderung terlibat dalam praktik perataan laba. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang dapat diambil adalah:

H5 = kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap tindakan perataan laba.

Beck dkk (1978) dalam Rath dan Sun (2007) mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan sektor inti dan peripheral. Mereka menemukan bahwa sektor perusahaan inti memiliki karakteristik usaha yang berbeda dengan sektor peripheral. Penelitian ini membagi kelompok usaha menjadi sektor inti dan peripheral berdasarkan pengklasifikasian yang dilakukan oleh Beck dkk (1978) dalam Rath dan Sun (2007). Perusahaan yang termasuk kelompok usaha inti adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang

kelompok usaha pertambangan, konstruksi, manufaktur, transportasi, komunikasi, utilitas, *real estate* dan properti. Perusahaan yang termasuk dalam sektor peripheral adalah perusahaan yang bergerak dalam kelompok usaha *agriculture, forestry, dan fisheries*, perusahaan manufaktur yang tidak dikelompokkan dalam subsektor secara khusus, perdagangan, jasa, dan investasi.

Ronen dan Sadan (1981) dalam Dewi (2010) menyimpulkan bahwa perusahaan dalam industri berbeda akan meratakan laba mereka pada tingkatan yang berbeda. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ashari dkk (1994), Kustiani dan Ekawati (2006), dan Agus (2004) dalam Dewi (2010) yang menyatakan bahwa kelompok usaha berpengaruh terhadap tindakan perataan laba. Berdasarkan pernyataan diatas, maka hipotesis yang diambil adalah:

H6 = kelompok usaha berpengaruh terhadap perataan laba.

METODOLOGI PENELITIAN

Data

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan non-finansial yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data laporan keuangan diperoleh dari www.idx.co.id, dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Periode pengamatan yang dijadikan objek penelitian ini adalah tahun 2009 dan 2010. Data yang digunakan adalah tahun 2003 sampai dengan 2010. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan metode *purposive sampling* ini,

sampel dipilih berdasarkan kesesuaian kriteria pemilihan yang ditentukan. Pemilihan sampel menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan non-finansial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menerbitkan laporan keuangan dari tahun 2003 sampai dengan 2010
2. Perusahaan yang membagi dividen tahun 2008 dan 2009.

Definisi Variabel dan Pengukurannya Variabel Dependen

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah perataan laba (*income smoothing*) yang diukur berdasarkan model discretionary accrual dengan modified Jones dalam Kothari et al (2005) yang kemudian didefinisikan oleh Tucker dan Zarowin (2005). Penelitian ini menggunakan peringkat perataan laba sebagai proxy pengukuran variabel dependen perataan laba. Untuk mencari tingkat perataan laba tahun penelitian 2009, maka diperlukan data dari tahun 2003 sampai 2009. Untuk mencari tingkat perataan laba tahun penelitian 2010 diperlukan data tahun 2004 sampai 2010. Berikut adalah model perhitungan discretionary accrual:

$$TAC_{it} = \alpha_0(1/Asset_{it-1}) + \beta_1[(\Delta Sales_{it} - \Delta Rec_{it}) / Asset_{it-1}] + \beta_2(PPE_{it} / Asset_{it-1}) + \beta_3 ROA_{it-1} + \varepsilon_i \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

TAC_{it} = Total accrual perusahaan i pada tahun t
 $Asset_{it-1}$ = Total asset perusahaan i pada tahun t-1
 $\Delta Sales_{it}$ = Perubahan penjualan perusahaan i antara tahun t dan tahun t-1

ΔRec_{it} = Perubahan piutang perusahaan i antara tahun t dan tahun t-1

PPE_{it} = nilai perolehan aktiva tetap pada perusahaan I pada tahun t

ROA_{it-1} = Rasio Return On asset pada perusahaan i pada tahun t

ε_{it} = error term

Total accrual pada model tersebut berasal dari perhitungan:

$$\text{TAC}_{it} = \text{Net Income}_{it} - \text{CFO}_{it} \dots (2)$$

Non Discretionary Accrual (NDAC) merupakan nilai prediksi atau *fitted value* dari model (1), dan *Discretionary Accrual* (DAC) merupakan selisih dari *Total Accrual* (TAC) dengan *Non Discretionary Accrual* (NDAC). Berikut adalah perhitungan tersebut:

$$\text{DAC}_{it} = \text{TAC}_{it} - \text{NDAC}_{it} \dots (3)$$

Discretionary Accrual yang didapat dari model (3), selanjutnya sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tucker dan Zarowin (2005), perusahaan akan dikelompokkan sebagai perusahaan perata laba apabila terdapat korelasi negatif antara perubahan *Discretionary Accrual* (ΔDAC_{it}) dengan perubahan *Pre-discretionary Income* (ΔPDI_{it}). PDI merupakan selisih dari laba bersih perusahaan dengan *Discretionary Accrual*, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{PDI}_{it} = \text{Net Income}_{it} - \text{DAC}_{it}$$

Pada penelitian ini menggunakan data observasi ditahun berjalan sampai 4 tahun sebelumnya untuk mendapatkan korelasi

atas ΔDAC_{it} dengan ΔPDI_{it} . Penelitian ini menggunakan teknik pemeringkat terbalik (*reversed fractional ranking*), dimana perusahaan dengan korelasi yang lebih negatif akan mendapatkan peringkat perataan laba yang lebih tinggi, sedangkan korelasi yang lebih positif akan mendapatkan peringkat laba yang semakin rendah (antara 0 dan 1). Pengukuran ini mengasumsikan bahwa terdapat rangkaian *pre-managed income* yang kemudian manajemen menggunakan *discretionary accrual* agar laba keuangan menjadi lebih rata. Untuk mendapatkan Ranking IS adalah dengan cara membagi peringkat dengan jumlah sampel (Tucker dan Zarowin, 2005).

Variabel Independen

Pada Penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, financial leverage, dividen, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan kelompok usaha.

1. Profitabilitas
Proxy pengukuran variabel profitabilitas ini adalah ROA yaitu laba bersih dibagi dengan total asset dan ROE yaitu laba bersih dibagi dengan total ekuitas.
2. *Financial Leverage* = total hutang / total asset
3. Dividen. Proxy pengukuran yang digunakan adalah dividen payout ratio yaitu dividen per lembar saham dibagi dengan laba per lembar saham.
4. Ukuran perusahaan diukur dengan market capitalization yaitu harga saham x jumlah saham yang beredar.
5. Kepemilikan institusional = jumlah saham yang dimiliki institusi / jumlah saham yang beredar.
6. Kelompok usaha menggunakan variabel

dummy yaitu 1 untuk sektor inti dan 0 untuk sektor peripheral.

Model Penelitian

Dalam pengujian hipotesis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi praktik perataan laba, maka dilakukan pengujian menggunakan regresi linier berganda dengan model penelitian sebagai berikut:

$$\text{RANKIS}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 \text{ROA}_{it-1} + \beta_2 \text{ROE}_{it-1} + \beta_3 \text{LEV}_{it-1} + \beta_4 \text{DPR}_{it-1} + \beta_5 \text{SIZE}_{it-1} + \beta_6 \text{KI}_{it-1} + \beta_7 \text{KU}_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

Dimana:

RANKIS_{it} = peringkat perataan laba sesuai model discretionary accrual pada perusahaan i pada tahun t

ROA_{it-1} = Rasio *Return On Asset* pada perusahaan i tahun t-1

ROE_{it-1} = Rasio *Return On Equity* pada perusahaan i tahun t-1

LEV_{it-1} = Rasio *Debt to total asset* pada perusahaan i tahun t-1

DPR_{it-1} = *Dividend Payout Ratio* pada perusahaan i tahun t-1

SIZE_{it-1} = Logaritma *market capitalization* pada perusahaan i tahun t-1

$\beta_6 \text{KI}_{it-1}$ = persentase kepemilikan saham institusi perusahaan i tahun t-1

$\beta_7 \text{KU}_{it-1}$ = kelompok usaha inti dan peripheral

ε_{it} = error term

Sebelum melakukan analisa regresi linear berganda, maka dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik untuk memastikan apakah model regresi digunakan tidak terdapat masalah normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2003 – 2010. Data-data tersebut akan diperoleh melalui *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*, *Fact Book Jakarta Stock Exchange*, database Bursa Efek Indonesia UKDW dan situs resmi BEI (www.idx.co.id). Data yang digunakan dalam penelitian ini telah diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Kriteria data observasi yang diperlukan untuk penelitian ini disajikan dalam tabel 1.

Berdasarkan kriteria data observasi yang ditentukan, maka didapatkan sampel penelitian sebanyak 89 observasi untuk periode penelitian 2 tahun. Hasil Pengujian statistik deskriptif ditunjukkan dalam tabel 2.

Analisis dan Pembahasan

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik untuk memastikan apakah model regresi layak digunakan. Pengujian tersebut meliputi normalitas (tabel 3), autokorelasi (tabel 4), heteroskedastisitas (tabel 5), dan multikolinearitas (tabel 6). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan (Tabel 7), berikut akan dibahas mengenai pengujian hipotesis masing-masing variabel.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Perataan Laba

Pengujian terhadap variabel ROA dan ROE sebagai *proxy* pengukuran variabel profitabilitas menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik perataan laba. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi masing-masing variabel ROA dan ROE adalah 0,444 dan 0,769 yang berarti **H1 ditolak**. Tidak berpengaruhnya variabel profitabilitas terhadap perataan laba diduga disebabkan oleh adanya perubahan pandangan investor terhadap penilaian kinerja perusahaan.

Investor sudah tidak berpandangan terhadap laba yang dilaporkan perusahaan untuk menilai kinerja perusahaan karena laba mempunyai komponen akrual yang bisa dikelola dengan metode akuntansi oleh manajemen. Karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur dalam penilaian kinerja perusahaan berdasarkan laba yang dihasilkan, maka variabel ini tidak berpengaruh terhadap perataan laba.

Investor sekarang lebih tertarik untuk menggunakan *cash flow* dalam menilai kinerja suatu perusahaan dibandingkan laba yang dilaporkan perusahaan. Menurut Bernstein (1993) kas memberikan likuiditas dan fleksibilitas yang besar. Analisis laporan keuangan mengakui bahwa analisis arus kas merupakan pengukuran yang *valid* dibandingkan analisis laba yang dilaporkan.

Hal ini dikarenakan aliran kas merupakan uang tunai dan bukan laba bersih, yang harus digunakan untuk membayar pinjaman dan untuk membayar dividen. Selain itu, pengukuran yang *valid* dari

arus kas masuk sebuah perusahaan dan arus kas keluar merupakan penilaian penting dalam penilaian likuiditas jangka pendek, solvabilitas jangka panjang, dan kinerja operasi. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Jin dan Machfoedz (1998), Juniarti dan Carolina (2004).

Pengaruh Financial Leverage terhadap Perataan Laba

Pengujian variabel *leverage* yang diukur dari total hutang dibagi dengan total aktiva menunjukkan bahwa variabel *Financial leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap tindakan perataan laba dengan nilai signifikansi 0,057 yang berarti signifikan pada α 10% dan t statistik -1,932. Hasil pengujian yang berlawanan arah menyebabkan **H2 ditolak**. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Prabayanti dan Yasa (2010).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin rendah rasio *leverage* perusahaan, maka manajemen semakin termotivasi untuk melakukan perataan laba. Oleh karena perusahaan masih mempunyai tingkat *leverage* yang rendah, perusahaan akan mencoba untuk mendapatkan pinjaman lebih dari kreditur. Manajemen melakukan perataan laba dengan tujuan untuk menunjukkan kepada kreditur bahwa risiko yang dimiliki oleh perusahaan kecil. Kreditur cenderung untuk menolak memberi pinjaman kepada perusahaan dengan fluktuasi laba yang tinggi, oleh karena itulah, manajemen berusaha untuk menstabilkan laba dengan melakukan tindakan perataan laba agar dapat memperoleh pinjaman lebih dari kreditur.

Pengaruh Dividen terhadap Perataan laba

Pengujian variabel *Dividend Payout Ratio* sebagai *proxy* pengukuran dividen menunjukkan signifikansi lebih kecil dari α 5% yaitu 0,001. Pengaruh variabel ini terhadap praktik perataan laba adalah signifikan negatif yang berarti semakin rendah *dividend payout ratio* perusahaan maka manajer semakin termotivasi untuk melakukan tindakan perataan laba.

Karena arah pengujian hipotesis yang berlawanan arah menyebabkan **H3 ditolak**. Semakin rendah dividen sebuah perusahaan dapat menyebabkan investor yang sudah menanamkan sahamnya akan memindahkan sahamnya ke perusahaan lain. Bagi investor yang akan menanamkan modal kedalam perusahaan tersebut, calon investor seringkali tidak berminat apabila dividen yang dibagikan perusahaan rendah ditambah lagi jika laba perusahaan berfluktuasi yang menyebabkan dividen ikut berfluktuasi. Untuk menarik minat investor, perusahaan harus meyakinkan investor bahwa risiko perusahaan kecil. Oleh karena itu, manajemen termotivasi melakukan tindakan perataan laba agar mengubah persepsi investor mengenai perusahaan sehingga investor tetap tertarik berinvestasi di perusahaan. Persepsi investor tersebut adalah walaupun perusahaan membagi dividen rendah, akan tetapi laba perusahaan stabil sehingga dividen yang dibagikan stabil.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Perataan Laba

Berdasarkan hasil pengujian ukuran perusahaan terhadap perataan laba, hasil yang didapatkan adalah variabel ukuran

perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap praktik perataan laba. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari signifikansi α 5% dan nilai *t* statistik sebesar 3,375. Pengujian ini mendukung hipotesis yang diajukan yang berarti **H4 diterima**. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan, maka publik cenderung akan menyoroti perusahaan tersebut. Perusahaan yang mendapatkan sorotan dari pemerintah pasti akan terbebani oleh biaya politik terutama dalam hal pemungutan pajak dari pemerintah, dimana biasanya perusahaan enggan membayar pajak yang tinggi.

Selain itu perusahaan besar yang juga akan dibebani dengan tanggungjawab sosial yang untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dari laba yang dihasilkan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Moses (1987) dalam Kustiani dan Ekawati (2006), dan Budhijono (2006).

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Perataan Laba

Berdasarkan hasil pengujian kepemilikan institusional terhadap perataan laba, nilai signifikansi variabel ini adalah 0,048 yang berarti lebih kecil dari signifikansi α 5% dan mempunyai *t* statistik sebesar 2,008. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel kepemilikan institusional dengan praktik perataan laba. Hasil ini juga mendukung hipotesis yang diajukan sehingga **H5 diterima**. Pengaruh positif antara kepemilikan institusional dan praktik perataan laba ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Utama (2006).

Rachmawati dan Triatmoko (2007) dalam Pujianingsih (2011) menyatakan bahwa dalam hubungannya dengan fungsi monitor, investor institusional diyakini memiliki kemampuan untuk memonitor tindakan manajemen lebih baik dibandingkan investor individual. Pengaruhnya terhadap tindakan perataan laba adalah positif karena investor institusional adalah pemilik sementara (*transfer owner*) sehingga hanya terfokus pada laba sekarang (*current earnings*). Perubahan pada laba sekarang dapat mempengaruhi keputusan investor institusional. Jika perubahan ini tidak dirasakan menguntungkan oleh investor, maka investor dapat melikuidasi sahamnya. Investor institusional biasanya memiliki saham dengan jumlah yang besar, sehingga jika mereka melikuidasi sahamnya akan mempengaruhi nilai saham secara keseluruhan. Untuk menghindari tindakan tersebut maka manajer akan cenderung melakukan tindakan perataan laba.

Budiono (2005) dalam Makaryanawati dan Milani (2008) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap perataan laba. Cornet dkk dalam Makaryanawati dan Milani (2008) juga menyatakan bahwa kepemilikan institusional akan membuat manajer merasa terikat untuk memenuhi target laba dari investor sehingga mereka akan cenderung terlibat dalam praktik perataan laba.

Pengaruh Kelompok Usaha terhadap Perataan Laba

Pengujian yang dilakukan terhadap variabel kelompok usaha menunjukkan bahwa kelompok usaha tidak berpengaruh terhadap praktik perataan laba. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi

yang lebih besar dari α 5% dan α 10% yaitu 0,581 sehingga **H6 ditolak**. Tidak berpengaruhnya kelompok usaha terhadap perataan laba dikarenakan kemungkinan kelompok usaha belumlah menjadi faktor yang menjadi perhatian investor didalam pembuatan keputusan investasi.

Investor di Indonesia yang cenderung melihat laba jangka pendek atau capital gain, lebih memfokuskan perhatian kepada keuntungan yang akan diperoleh dari kenaikan harga saham dan kesehatan keuangan perusahaan sehingga baik dari sektor apapun, investor akan menanamkan modalnya jika saham tersebut memiliki kemungkinan keuntungan kenaikan harga saham. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jin dan Machoedz (1998), Budhijono (2009) serta Dewi (2010) yang menyatakan bahwa kelompok usaha tidak berpengaruh terhadap perataan laba.

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2009) yang menyatakan bahwa kelompok usaha tidak berpengaruh terhadap perataan laba. Hasil ini diduga karena adanya perbedaan karakteristik sektor industri sehingga tingkat persaingan hanya terjadi pada kelompok usaha sejenis.

SIMPULAN

Praktik perataan laba dapat dipandang dari dua sisi dimana manajemen seringkali dianggap mementingkan kesejahteraannya sendiri. Pandangan lain dari praktik perataan laba adalah pemilihan metode akuntansi untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan karena diperkenankan menurut *accounting regulations*. Berdasarkan

penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas dan kelompok usaha tidak berpengaruh terhadap tindakan perataan laba, Variabel *financial leverage* dan dividen berpengaruh negatif terhadap tindakan perataan laba dan variabel ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap tindakan perataan laba

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Dhamar Yudho dan Aria Farah Mita. (2010). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Keuangan, Nilai Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan terhadap Praktek Perataan Laba. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*, Purwokerto.
- Ashari, N., H.C. Koh., S.L. Tan., dan W.H. Wong. (1994). Factors Affecting Income Smoothing Among Listed in Singapore. *Accounting and Business Research*, Autumn, pp. 291 – 301.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. (2004). *Accounting Theory 5th Edition*. Thompson Learning.
- Bernstein, Leopold A. (1993). *Financial Statement Analysis fifth edition*. Irwin, United States
- Budhijono, Fongnawati. (2006). Evaluasi Perataan Laba pada Industri Manufaktur dan Lembaga Keuangan yang Terdaftar di BEI. *Akuntabilitas*, Vol. 6, No.1.
- Budiasih, Igan. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi praktik perataan laba. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis AUDI*, Vol. 4, No. 1. Universitas Udayana
- Darmawan, Yohanes Krisna. (2009). Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Perataan Laba. *Skripsi tidak dipublikasikan*. Universitas Brawijaya.
- Dewi, Diastiti Okkarisma. (2010). Pengaruh Jenis Usaha, Ukuran Perusahaan, dan Financial Leverage terhadap Perataan Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Skripsi tidak dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Diponegoro.
- Faozi, Khasan. (2003). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tindakan Perataan Laba pada Perusahaan Publik Non Finansial di Indonesia. *Tesis tidak dipublikasikan*. Program Studi Magister Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Fact Book Jakarta Stock Exchange*. Bursa Efek Indonesia
- Indonesian Capital Market Directory 2006*. Bursa Efek Indonesia
- Indonesian Capital Market Directory 2007*. Bursa Efek Indonesia
- Indonesian Capital Market Directory 2008*. Bursa Efek Indonesia
- Indonesian Capital Market Directory 2009*. Bursa Efek Indonesia
- Indonesian Capital Market Directory 2010*. Bursa Efek Indonesia
- Indonesian Capital Market Directory 2011*. Bursa Efek Indonesia
- Jensen, M.C. dan W.H. Meckling. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, No. 4.

- Jin, Liaw She dan Mas'ud Machfoedz. (1998). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 1, No.2.
- Juniarti., Corolina. (2005). Analisa Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Perataan Laba (income smoothing) pada Perusahaan-perusahaan Go Publik. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.7, No. 2, p. 148 – 162, Universitas Kristen Petra.
- Kothari, S.P., A.J. Leone., dan C.E. Wasley. (2002). Performance Matched Discretionary Accrual Measures. *Journal of Accounting and Economics* 39 (1).
- Kustiani, Deasi dan Erni Ekawati. (2006). Analisis Perataan Laba dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol.2, No.1, Hal. 53-66. Universitas Kristen Duta Wacana.
- Makaryanawati dan Milani. (2008). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Perataan Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Modernisasi*, Vol. 4, No. 1.
- Mursalim. (2010). Identifikasi Perilaku Perataan Laba Melalui Operating Income, Income from Operations, Income before Extraordinary Items, dan Net Income. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 14, No.1.
- Pujianingsih, Andiany Indra. (2011). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Praktik Corporate Governance, dan Kompensasi Bonus terhadap Manajemen Laba. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Universitas Diponegoro.
- Prabayanti, Ni Luh Putu Arik dan G.W. Yasa. (2011). Perataan Laba (Income Smoothing) dan Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis AUDI* Vol 6, No 1. Universitas Udayana.
- Rath, Subhrendu dan Lan Sun. (2007). Do Australian Firms Engage in Earnings Management?. *Working Papers*. <http://papers.ssrn.com>
- Salno, Hanna Meiliani dan Zaki Baridwan. (2000). Analisis Perataan Penghasilan (Income Smoothing): Faktor-faktor yang mempengaruhi dan kaitannya dengan kinerja perusahaan publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* Vol. 3 No. 1.
- Siregar, Sylvia V.N.P dan Siddhartha Utama. (2006). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan dan Praktik Corporate Governance terhadap Pengelolaan Laba. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9, No.3.
- Tucker, Jennifer W., dan Paul A. Zarowin. (2005). Does Income Smoothing Improve Earnings Informativeness? *The Accounting Review*, Vol. 81, No.1.
- www.idx.co.id
- Yusuf, Muhammad & Soraya (2004). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba pada Perusahaan Asing dan Non Asing di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, Vol. 8, No. 1.

LAMPIRAN

Tabel 1
Jumlah Observasi

Kriteria	jumlah observasi
data awal perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode pengamatan 2009 dan 2010	354
data observasi untuk perusahaan yang tidak terdaftar di BEI tahun 2003 dan 2004	105
data observasi yang tidak membagikan dividen tahun 2008 dan 2009	122
tidak menggunakan denominasi rupiah	2
data observasi yang tidak lengkap	19
Outlier	17
jumlah observasi 2 tahun (2009 dan 2010)	89

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RANKIS	89	.01	1.00	.4797	.28878
DPR	89	.96	64.93	29.5813	14.23899
ROA	89	.49	23.80	8.2847	5.37867
ROE	89	1.93	41.72	15.7812	9.07254
LEV	89	5.94	94.82	43.0040	20.22023
SIZE	89	4.20	8.28	6.0838	.84937
KI	89	12.93	99.80	68.2220	19.64790
KU	89	.00	1.00	.6180	.48863
Valid N (listwise)	89				

Tabel 3
Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25612176
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.052
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.729
Asymp. Sig. (2-tailed)		.663

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4
Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.462 ^a	.213	.145	.26696	2.073

a. Predictors: (Constant), KU, LEV, KI, SIZE, DPR, ROE, ROA

b. Dependent Variable: RANKIS

Tabel 5
Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.035	.130		-.272	.786
	DPR	.000	.001	.048	.395	.694
	ROA	.006	.008	.237	.818	.416
	ROE	-.005	.004	-.329	-1.295	.199
	LEV	.002	.001	.218	1.105	.273
	SIZE	.027	.022	.161	1.235	.220
	KI	.000	.001	.058	.506	.614
	KU	.008	.033	.026	.231	.818

a. Dependent Variable: ABSUT

Tabel 6
Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.050	.242		-.207	.837		
	DPR	-.008	.002	-.372	-3.353	.001	.790	1.266
	ROA	-.011	.014	-.204	-.770	.444	.139	7.210
	ROE	.002	.007	.069	.295	.769	.180	5.550
	LEV	-.005	.003	-.348	-1.932	.057	.300	3.335
	SIZE	.137	.041	.403	3.375	.001	.681	1.467
	KI	.003	.002	.210	2.008	.048	.890	1.124
	KU	-.034	.062	-.058	-.554	.581	.884	1.131

a. Dependent Variable: RANKIS

Tabel 7
Pengujian Hipotesis
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.050	.242		-.207	.837
	DPR	-.008	.002	-.372	-3.353	.001
	ROA	-.011	.014	-.204	-.770	.444
	ROE	.002	.007	.069	.295	.769
	LEV	-.005	.003	-.348	-1.932	.057
	SIZE	.137	.041	.403	3.375	.001
	KI	.003	.002	.210	2.008	.048
	KU	-.034	.062	-.058	-.554	.581

a. Dependent Variable: RANKIS

Tingkat Kesadaran Pelaku Usaha dalam Implementasi Pertanggungjawaban Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Endang Raino Wirjono

Abstrak

Akhir-akhir ini, rendahnya tingkat kepedulian masyarakat terhadap lingkungan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya membuktikan tingkat kesadaran pelaku usaha dalam mengimplementasikan pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para karyawan dan karyawan perusahaan di DIY dan sekitarnya dan diperoleh sampel sebanyak 40 orang manajer menengah ke atas. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui persepsi pelaku usaha terhadap arti penting implementasi pertanggungjawaban sosial. Analisis data dilakukan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk membuktikan kesahihan instrumen, kemudian analisis deksriptif untuk mengetahui sebaran tingkat kesadaran pelaku usaha dalam implementasi pertanggungjawaban sosial. Hasil penelitian menunjukkan hanya enam dari enam belas pernyataan yang mencerminkan pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan tempat mereka bekerja. Berdasarkan temuan tersebut, terbukti bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha dalam implementasi pertanggungjawaban sosial masih rendah. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan pembentukan kesadaran peduli terhadap lingkungan sebaiknya dilakukan sedini mungkin melalui pendidikan karakter yang berkesinambungan mulai dari pendidikan dasar sampai dengan perguruan tinggi sehingga dapat mencetak generasi yang memiliki rasa tanggung jawab sosial.

Kata kunci: kesadaran, pendidikan karakter, pelaku usaha, pertanggungjawaban sosial

Abstract

The lower level of people's environment consciousness become an interesting topic to be discussed in the last years. This research studies how employee of firms implements their social responsibility to their environment. This study takes firms's employee in DIY as a population and finds 40 middle/top managers to be the sample. Questionnaire is used to collect the data about employee's perception of the significance of social responsibility implementation. We do validity test and reliability test to make sure that the instrument of the research is valid. The data dispersion about the level of employee's consciousness in implementing their social responsibility is described through descriptive analysis. The result presents the six of sixteen statements shows that social responsibility to the environment has been done by the firm where they work. The finding proves that firms consciousness in implementing social responsibility are still in low level. Thus, this study recommends environment consciousness should be exercised to our people as early as

possible through continuing character education since elementary school to university (high level education) so that in the future, people will be a generation having good social responsibility.

Keywords: *consciousness, character education, employee, social responsibility*

PENDAHULUAN

Alhumami (2011) dalam Susanto (2011) menyatakan ada keterkaitan erat antara pendidikan dengan pembangunan ekonomi suatu bangsa. Pendidikan merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi. Akan tetapi, fakta menunjukkan bahwa pendidikan agama, budi pekerti, dan Pancasila yang telah diterapkan mulai dari tataran Sekolah Dasar sampai dengan Perguruan Tinggi, gagal membawa masyarakat Indonesia ke arah yang lebih baik dalam membentuk karakter bangsa. Beberapa contoh yang dapat dilihat adalah sulitnya memberantas KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme), dibiarkannya pelanggaran hak asasi manusia, dan rendahnya sensitivitas sosial dan lingkungan seperti eksploitasi sumber daya alam yang cenderung mengabaikan dampak sosial dan lingkungan.

Generasi penerus bangsa mengalami pendidikan yang tidak ditempatkan dalam konteks investasi strategis sehingga tumbuh menjadi “manusia robot”. Hal ini tercermin ketika mereka menjadi pelaku bisnis. Sifat serakah, keinginan menempuh jalan pintas dan kurang sensitif terhadap lingkungan menjadi hal yang jamak ditemui. Banyak kasus yang terjadi di Indonesia terkait dengan pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan. Kasus PT Lapindo yang sampai saat ini tidak ada penyelesaian, kasus PT Indo Rayon Utama yang membuang limbah di areal permukiman dan mencemari lingkungan,

kasus pencemaran air di Jawa Timur yang membuat bayi lahir cacat dan air susu Ibu tercemari akibat buangan limbah air dan gas di daerah perairan yang mengandung merkuri.

Idealnya, kemakmuran perusahaan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, pada kenyataannya kemakmuran perusahaan justru menyumbang ketidakadilan dan kesenjangan sosial. Oleh karena itu pada tahun 2007 pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas yang mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsekuensi bagi pelanggarnya adalah sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Konsep ini mengharuskan perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam buku David C. Kortens (Yadiati, 2007) yang berjudul *”When Corporations Rules the World”* dinyatakan bahwa dunia bisnis selama setengah abad terakhir telah menjelma menjadi institusi yang paling berkuasa di atas planet ini. Institusi yang dominan di masyarakat manapun harus mengambil tanggungjawab untuk kepentingan bersama, setiap keputusan yang dibuat, setiap tindakan yang diambil haruslah dilihat dalam kerangka tanggung jawab tersebut. Hal ini menyiratkan bahwa tindakan apapun yang dilakukan oleh sebuah korporasi akan membawa dampak terhadap kualitas kehidupan manusia, individu, masyarakat dan seluruh kehidupan planet

bumi ini. Sebuah perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomis dan hukum kepada para pemegang saham saja (*shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak lain yang lebih luas termasuk masyarakat (*stakeholders*).

Penelitian tentang pertanggungjawaban sosial telah dilakukan oleh peneliti-peneliti di Indonesia. Akan tetapi, saat ini banyak perusahaan yang belum mempedulikan tanggungjawab sosial kepada masyarakat, sehingga penelitian ini berupaya membuktikan tingkat kepedulian pelaku usaha terhadap lingkungan yang tercermin dalam implementasi pertanggungjawaban sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengambil kebijakan untuk mengambil tindakan melalui jalur pendidikan formal dalam rangka membentuk generasi penerus yang memiliki karakter bangsa yang peduli terhadap lingkungan. Berdasarkan paparan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana tingkat kesadaran pelaku usaha dalam rangka pertanggungjawaban sosial perusahaan?”

KAJIAN PUSTAKA

Dalam pembangunan karakter bangsa, pendidikan dapat diartikan sebagai suatu cara membangun dalam kehidupan bersama. Menurut Susanto (2011) teori yang menyatakan bahwa perilaku masyarakat sangat terkait erat dengan tingkat pendidikannya, tidak terbukti di Indonesia. Susanto (2011) mengusulkan pentingnya peranan pendidikan dalam membangun karakter bangsa (*character building*). Pendidikan karakter bangsa dalam arti sebenarnya tidak berlangsung dengan baik dalam kurun waktu setengah abad

setelah kemerdekaan RI. Bahkan anggaran pendidikan selalu mendapat porsi di bawah 10 persen dari APBN sehingga berdampak negatif pada lambatnya pengembangan nilai-nilai dalam membangun karakter bangsa.

UNESCO menyarankan bahwa pendidikan harus mengandung tiga unsur yaitu: (1) belajar untuk tahu (*learn to know*), (2) belajar untuk berbuat (*learn to do*), dan (3) belajar untuk hidup bersama (*learn to live together*). Unsur pertama dan ke dua lebih terarah membentuk *having*, agar sumberdaya manusia mempunyai kualitas dalam pengetahuan dan ketrampilan atau *skill*. Unsur ke tiga lebih terarah *being* yaitu menuju pembentukan karakter bangsa yang penting untuk pembangkitan rasa nasionalisme, penanaman etika kehidupan bersama, dan pengembangan sensitivitas sosial dan lingkungan.

Pembentukan karakter bangsa dapat tercermin dalam berbagai perilaku pelakunya, antara lain dalam perilaku pelaku bisnis. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang dalam operasional sehari-hari melakukan eksploitasi sumber daya manusia dan sumber daya alam untuk mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya demi kemakmuran internal *stakeholders* non-manajemen dan bahkan bagi manajemen, yang akhirnya dapat berubah menjadi aktor utama penyebab kerusakan lingkungan (Lindrianasari, 2007). Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* menjadi mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya

dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, dalam Anggraini, 2006). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (ACCA dalam Anggraini, 2006).

Beberapa pihak mengatakan bahwa dengan melakukan CSR akan berdampak pada peningkatan prestasi keuangan serta menjamin sukses yang berkelanjutan bagi perusahaan. Namun demikian, belum ada bukti adanya hubungan langsung antara CSR dengan keuntungan perusahaan. Dalam kenyataannya, masih banyak perusahaan yang memandang bahwa biaya lingkungan tidak memiliki arti bagi perusahaan. Pandangan seperti ini muncul dalam bentuk tidak adanya dana lingkungan dalam anggaran perusahaan.

Akan tetapi, masyarakat Indonesia boleh sedikit berharap dengan adanya nota kesepahaman (MoU) antara Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dengan Bank Indonesia (BI). Dalam nota kesepahaman tersebut tertulis bahwa penilaian kinerja perusahaan (Proper) terkait dengan lingkungan hidup yang menjadi program tahunan Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dapat berpengaruh pada kualitas kredit perusahaan (Gultom, 2005).

Kesepakatan tersebut merupakan tindak lanjut dari Peraturan Bank Indonesia no 7/2/PBI/2005 tentang penetapan peringkat

kualitas aktiva bagi bank umum. Aspek lingkungan hidup menjadi salah satu faktor di dalam penilaian kredit. Dalam pengkategorian kualitas kredit, ada lima kategori yang digunakan oleh Bank, sehingga penurunan satu tahap kategori akan sangat berpengaruh bagi perusahaan. Penurunan kualitas kredit juga dapat mempengaruhi citra perusahaan di pasar. Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) juga bekerjasama dengan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) terkait dengan peraturan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang melibatkan pelaporan akuntansi lingkungan di dalamnya.

Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungansosialnyamenuntutdipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan (*corporate social responsibility*-CSR). CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas (*World Business Council on Sustainable Development* dalam Yadiati, 2007). Melalui CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan dengan masyarakat, investasi sosial perusahaan, meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan kinerja keuangan perusahaan serta akses kapital. Penerapan CSR telah banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Antara lain PT ISM Bogasari Flour Mills yang telah membuat pusat pelatihan pembuatan kue (*Bogasari Baking Centre*), dan PT Unilever melalui Yayasan Unilever Berdiri yang bekerjasama dengan

Universitas Gadjah Mada Yogyakarta memberikan bimbingan bagi para petani di Jawa Timur dan Jawa Tengah untuk menanam kedelai hitam. Ada anggaran khusus untuk menjalankan aktivitas dan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, dalam rangka penerapan CSR, perusahaan seharusnya melaporkan dan mengungkapkan semua kegiatan bisnis dan dampak dari kegiatan ekonomi terhadap lingkungan. Dalam penyajian laporan pertanggungjawaban, setiap perusahaan tidak hanya mengungkapkan kinerja keuangan saja tetapi juga membuat laporan pertanggungjawaban sosial (*corporate social responsibility disclosure*).

DarwindalamAnggraini(2006)menyatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sementara itu, Zhegal dan Ahmed (1990) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut: (1) Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan, (2) Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, (3) Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggungjawab sosial, (5) Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni, dan (5) Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Sejarah perkembangan akuntansi yang pesat setelah revolusi industri menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kaum kapitalis) sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal (Anggraini, 2006). Adanya keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal menyebabkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Menurut Galtung dan Ikeda (1995) dan Rich (1996) dalam Chwastiak (1999), kapitalisme yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran tetapi justru menjadikan penurunan kondisi sosial.

Penelitian-Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang pertanggungjawaban sosial telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Finch (2005) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* tentang kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Belkaoui (1989) menemukan hasil bahwa pengungkapan sosial memiliki hubungan positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial. Belkaoui (1989) juga menemukan

hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dengan kecenderungan perusahaan akan lebih banyak diawasi dalam mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil.

EipsteindanFreedman(1994)membuktikan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang disajikan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Hackston dan Milne (1996) menyajikan bukti empiris mengenai praktik pengungkapan lingkungan dan sosial pada perusahaan-perusahaan di New Zealand serta menguji beberapa hubungan potensial antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penentuan Sampel

Penelitian ini dirancang untuk mengamati dan menganalisis persepsi perusahaan terhadap penerapan akuntansi manajemen lingkungan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobabilistic sampling*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk menjadi sampel (Sekaran, 2000; Cooper dan Emory, 1995). Teknik penentuan sampel secara non probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah karyawan dan karyawan dari perusahaan. Ada sebanyak 45 orang responden yang memiliki jabatan manajer menengah ke

atas perusahaan-perusahaan (manajer produksi dan bagian *community development*) di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Sebagian data dikumpulkan dengan cara *personally administered questionnaire* (Sekaran, 2000) yakni suatu metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pada sekelompok responden secara langsung. Banyak keuntungan dengan menggunakan metode jenis ini, yakni: dapat memotivasi responden, responden dengan cepat dan mudah dapat mengklarifikasi butir-butir pernyataan kuesioner jika memang perlu adanya klarifikasi, lebih murah dibanding dengan *mail questionnaire*, tingkat *response rate* tinggi dan anonimitas responden terjamin.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan tentang data responden. Bagian kedua berisi pernyataan atas kepedulian perusahaan dalam menerapkan pertanggungjawaban sosial. Dalam penelitian ini disebarkan sebanyak 100 buah kuesioner dengan responsi sebesar 45 buah (45 persen). Dari jumlah tersebut, sebanyak 5 buah tidak dapat diolah karena data kurang lengkap. Total kuesioner yang dapat diolah sebesar 40 buah.

Langkah pertama dalam analisis meliputi penetapan reliabilitas ukuran yang digunakan dalam mengoperasionalkan variabel penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan

menghitung *cronbach alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal (*reliable*) jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 (Ghozali, 2001).

Pengukuran sahih atau tidaknya suatu kuesioner dilakukan dengan uji validitas. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (MSA) > 0,5 (Hair *et al.*, 1997).

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 15 yang mencakup beberapa prosedur pengujian:

1. Melakukan uji reliabilitas dan validitas untuk setiap butir pernyataan dalam kuesioner.
2. Statistik deskriptif untuk mengetahui besarnya *mean* dan frekuensi dari setiap butir pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Menganalisis hasil temuan berdasarkan pada jawaban responden.
4. Menyimpulkan hasil analisis.

Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji reliabilitas ditujukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara menghitung *cronbach alpha*

dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan *reliable* jika memiliki *cronbach alpha* > 0,5 (Ghozali, 2001). Hasil uji reliabilitas dapat dibaca dalam Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Butir-butir pernyataan	Nilai Cronbach Alpha
AML1	0,6617
AML2	0,7092
AML3	0,6843
AML4	0,6828
AML5	0,6874
AML6	0,6799
AML7	0,6806
AML8	0,6506
AML9	0,6496
AML10	0,6261
AML11	0,6179
AML12	0,6497
AML13	0,6391
AML14	0,6413
AML15	0,6369
AML16	0,6755
Keseluruhan	0,6766

Sumber: Data primer diolah

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing maupun keseluruhan butir-butir pernyataan memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,5, sehingga semua butir dinyatakan andal.

Uji validitas ditujukan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklarifikasi pada variabel yang telah ditentukan. Uji validitas dilakukan dengan analisis faktor. Hasil uji validitas dapat dibaca dalam Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Butir-butir pernyataan	KMO	Keterangan
AML1	0,822	Valid
AML2	0,898	Valid
AML3	0,845	Valid
AML4	0,907	Valid
AML5	0,836	Valid
AML6	0,875	Valid
AML7	0,861	Valid
AML8	0,723	Valid
AML9	0,727	Valid
AML10	0,718	Valid
AML11	0,690	Valid
AML12	0,868	Valid
AML13	0,769	Valid
AML14	0,537	Valid
AML15	0,552	Valid
AML16	0,851	Valid

Berdasarkan uji validitas untuk masing-masing butir pernyataan menunjukkan nilai KMO yang lebih besar dari 0,5 sehingga seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan sah.

Analisis Persentase

Analisis persentase dilakukan untuk mengetahui karakteristik demografi responden dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini disebarkan sebanyak 100 buah kuesioner dengan responsi sebesar 45 buah (45 persen). Dari jumlah tersebut, sebanyak 5 buah tidak dapat diolah karena data kurang lengkap. Total kuesioner yang dapat diolah sebesar 40 buah. Hasil analisis karakteristik demografi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Data Demografi Responden

Keterangan	Kategori	Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase
Jenis kelamin	Wanita	13	32,5
	Pria	27	67,5
	Total	40	100
Usia	22 – 25 tahun		
	26 – 30 tahun	5	12,5
	31 – 35 tahun	8	20,0
	36 – 40 tahun	5	12,5
	40 tahun ke atas	12	30,0
		10	25,0
	Total	40	100
Jabatan	Manajer level atas	14	35,0
	Manajer menengah	26	65,0
	Total	40	100
T i n g k a t Pendidikan	Diploma	8	20,0
	Strata 1	23	57,5
	Strata 2	9	22,5
	Total	40	100

Sumber: Data Primer diolah

Hasil analisis persentase berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki, sebanyak 67,5 persen. Sebagian besar responden berumur antara 36 sampai dengan 40 tahun (30 persen). Berdasarkan jabatan, mayoritas responden memiliki jabatan manajer menengah sebanyak 65 persen. Tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah Strata 1 sebanyak 57,5 persen.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan dalam penelitian ini. Kuesioner terdiri dari enam belas pernyataan dengan skala 1-3. Skala satu (1) menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner sudah dilaksanakan, skala dua (2) menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner jarang dilaksanakan dan skala

tiga (3) menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner tidak dilaksanakan. Dalam analisis ini akan dibahas mengenai nilai rata-rata hitung (*mean*), dan frekuensi jawaban responden. Hasil analisis deskriptif dapat dibaca dalam Tabel 4.

bahwa perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas berikut ini untuk menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan sebagai wujud pertanggungjawaban sosial:

1. Pencegahan atau perbaikan

Tabel 4
Statistik Deskriptif

Butir	Pernyataan	Mean	Frekuensi					
			Jawaban			Persentase		
			1	2	3	1	2	3
AML1	Pengendalian polusi kegiatan operasi	1.6000	18	20	2	45,0	50,0	5,0
AML2	Kegiatan riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi	1.6000	16	24	40	40,0	60,0	0
AML3	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam	1.0750*	38	1	1	95,0	2,5	2,5
AML4	Penggunaan material daur ulang	1.3500*	27	12	1	67,5	30,0	2,5
AML5	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan	1.5500 *	26	6	8	65,0	15,0	20,0
AML6	Pengolahan limbah dan perlindungan lingkungan hidup.	2.200	7	18	15	17,5	45,0	37,5
AML7	Penggunaan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi,	2.0500	15	8	17	37,5	20,0	42,5
AML8	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang,	1.9750	2	37	1	5,0	92,5	2,5
AML9	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.	2.3500	2	22	16	5,0	55,0	40,0
AML10	Kesehatan dan keselamatan kerja.	1.5500 *	19	20	1	47,5	50,0	2,5
AML11	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan	1.4750*	22	17	1	55,0	42,5	2,5
AML12	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan	1.8000	19	10	11	47,5	25,0	27,5
AML13	Produk aman bagi konsumen	1.4750*	25	11	4	62,5	27,5	10,0
AML14	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.	1.6750	18	17	5	45,0	42,5	12,5
AML15	Keterlibatan masyarakat	1.7750	17	15	8	42,5	37,5	20,0
AML16	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat	1.6500	19	16	5	47,5	40,0	12,5

Berdasarkan jawaban responden, ada 6 (enam) butir pernyataan yang menunjukkan rerata antara 0 sampai dengan 1,600 dan frekuensi jawaban skala satu (1) di atas 50 persen yaitu butir AML 3, 4, 5, 10, 11 dan 13. Sebagian besar dari responden menyatakan

kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam. Sebanyak 38 orang menyatakan bahwa aktivitas tersebut dilakukan di perusahaan, satu orang menyatakan jarang dilaksanakan dan satu orang menyatakan tidak dilaksanakan.

2. Penggunaan material daur ulang. Dari 40 orang responden, 27 orang menyatakan telah dilaksanakan, 12 orang menyatakan jarang dilaksanakan dan 1 orang menyatakan tidak dilaksanakan di perusahaan tempat kerja mereka.
3. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan. Sebagian besar responden yaitu 26 orang menyatakan telah dilaksanakan, 6 orang menyatakan jarang dilaksanakan dan 8 orang menyatakan tidak dilaksanakan.
4. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan. Berdasarkan jawaban responden, 22 orang menyatakan telah dilaksanakan, 17 orang menyatakan jarang dilaksanakan dan 1 orang menyatakan tidak dilaksanakan.
5. Kesehatan dan keselamatan kerja. Responden yang menyatakan telah dilaksanakannya kesehatan dan keselamatan kerja sebanyak 19 orang, 20 orang menyatakan jarang dilaksanakan dan 1 orang menyatakan tidak dilaksanakan.
6. Produk aman bagi konsumen. Mayoritas responden yaitu sebanyak 25 orang menyatakan bahwa aktivitas tersebut dilakukan di perusahaan, 11 orang menyatakan jarang dilaksanakan dan 4 orang menyatakan tidak dilaksanakan di perusahaan.
7. Pengolahan limbah dan perlindungan lingkungan hidup.
8. Penggunaan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
9. Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
10. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
11. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
12. Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
13. Keterlibatan masyarakat.
14. Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat.

Sementara itu ada 10 (sepuluh) butir pernyataan menunjukkan rerata di atas 1,600 yaitu butir AML 1, 2, 6, 7, 8, 9, 12, 14, 15 dan 16. Berdasarkan jawaban responden atas butir-butir pernyataan dalam kuesioner terbukti bahwa perusahaan jarang/tidak melakukan hal-hal berikut ini:

1. Pengendalian polusi kegiatan operasi.
2. Kegiatan riset dan pengembangan

Berdasarkan temuan tersebut, terbukti bahwa kepedulian dan sensitivitas pelaku usaha terhadap lingkungannya masih rendah. Sebenarnya, tidak sulit untuk mulai menerapkan “cinta lingkungan” sejak dini sebagaimana telah ditempuh oleh beberapa sekolah dan yayasan. Yayasan Al-Hikmah Surabaya telah meretas pendidikan cinta lingkungan dengan *go green*, yang ditempuh melalui empat program utama yaitu penghijauan lingkungan sekolah, menghemat energi, menghemat air dan mengurangi sampah air kemasan. Pendidikan “cinta lingkungan” tidak hanya diterapkan dalam kurikulum sekolah, tetapi dalam perilaku dan tingkah laku sehari-hari seperti mematikan lampu dan pendingin ruangan saat istirahat dan jika ruangan tidak digunakan, mematikan semua alat elektronik (komputer, CD, kipas angin) saat tidak digunakan dan menggunakan lampu hemat energi (Daulay, 2010).

Menurut Kisyani (dalam Daulay, 2010) *go green* dapat menjadi pilihan bagi pengambil kebijakan dalam pendidikan untuk mewujudkan kepedulian dan kesadaran terhadap lingkungan. Dalam *go green*, ada penanaman nilai jujur, cerdas, tangguh dan peduli. **Jujur**, terkait dengan perencanaan, pelaksanaan, kegiatan dan pelaporan. **Cerdas**, terkait dengan pemberdayaan sarana elektronik murah sehingga menghemat biaya. **Tangguh**, terkait dengan ketangguhan mental dan tanggung jawab karena selalu berupaya mandiri dengan pijakan kokoh dan kuat dengan memberdayakan kekuatan sendiri secara maksimal. **Peduli**, terkait dengan kepedulian pada lingkungan, penghematan listrik, air, telpon, kertas, kesemuanya merupakan wujud dari upaya pelestarian dan pengembangan lingkungan secara maksimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha dalam rangka implementasi pertanggungjawaban sosial belum terlaksana dengan baik. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dari 16 butir pernyataan, hanya enam (6) yang secara rata-rata telah banyak dilaksanakan dalam perusahaan. Hal ini memprihatinkan, karena responden yang dipilih telah menjalani proses pendidikan yang cukup panjang dan memiliki tingkat intelektual yang baik. Oleh karena itu, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi yang dapat digunakan oleh pengambil kebijakan yaitu:

1. Menerapkan pendidikan sejak dini untuk membiasakan generasi penerus menjadi

pribadi yang memiliki kepedulian lingkungan. Hal ini dapat dimulai dari pembekalan tentang pendidikan karakter bagi siswa-siswi PGTK (Pendidikan Guru TK) dan PGSD (Pendidikan Guru Sekolah Dasar) selaku calon pendidik bagi murid-murid TK dan SD.

2. Penyusunan kurikulum yang dilengkapi dengan pendidikan terkait tanggung jawab sosial yang terintegrasi dan berkesinambungan sejak SD sampai dengan Perguruan Tinggi. Hal ini dapat ditempuh dengan membentuk tim perumus yang mewakili masing-masing jenjang pendidikan untuk melakukan dialog dan diskusi secara intensif.
3. Penilaian kompetensi siswa tidak hanya meliputi *hard skill* tapi juga *soft skill* yang dapat dilakukan melalui pembiasaan-pembiasaan dan perilaku sehari-hari yang peduli terhadap lingkungan di sekolah.
4. Memberdayakan perguruan tinggi sebagai pintu terakhir sebelum seseorang terjun dalam dunia usaha. Pemberdayaan perguruan tinggi untuk mendukung implementasi pertanggungjawaban sosial dapat diwujudkan dalam berbagai peran yaitu:
 - a. Melakukan pengabdian masyarakat yang melibatkan sivitas akademika. Pelaksanaan ini tidak hanya sekedar rutinitas, tetapi harus menjawab kebutuhan masyarakat, misalnya melalui pendampingan bagi UKM-UKM, pembuatan inkubator bisnis, Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan melakukan seminar dan diskusi mengenai berbagai masalah yang terjadi di masyarakat.
 - b. Menjadi mediator antara kebutuhan masyarakat dan kemampuan perusahaan. Hal ini dapat ditempuh

dengan memasyarakatkan metode atau ketrampilan yang disediakan oleh beberapa perusahaan.

Daftar Pustaka

Anggraini, Retno Reni, Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta), *Simposium Nasional Akuntansi 9* yang diselenggarakan di Padang, hal. 1-21.

Belkaoui, Ahmed dan Philip Karpik, (1989). Determinants of The Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.2 No. 1, pp. 36-51.

Chwastiak, Michele, (1999). Deconstructing The Principal-Agent Model: A View From the Bottom. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 20, pp. 425- 441.

Daulay, P. (Oktober 2010). Meretas Pendidikan Karakter dengan *Go Green*. diakses dari www.google.com.

Eipstein, Marc J. And Martin Freedman. (1994). Social Disclosure and The Individual Investor. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 7 , No. 4, pp. 94-108.

Finch, Nigel. (2005). The Motivations for Adopting Sustainability Disclosure. *Social Science Research Network*.

Ghozali, I., (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi

II,

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gray, Rob, Reza Kouhy and Simon Lavers. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol 8., No . 2, pp. 78-101.

Gultom, D Rinaldi. (2007). Penilaian KLH Pengaruhi Kualitas Kredit Perusahaan, *Tempointeraktif*, 8 April 2005, diakses dari www.tempointeraktif.com.

Hackston, David and Markus J. Milne. (1996). some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1, pp. 77-108.

Hair, Joseph F. Jr., Ralph E. Anderson, Ronald L. Thatam, and William C. Black, (1997), *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa: Acella A. H., Jilid 1, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Lindrianasari, (2007). Review terhadap “Niat” Perusahaan untuk *Environmental Sustainability*. Radar Lampung Online, 28 Septeber, diakses dari www.radarlampung.co.id.

Susanto, Sahid. (2011). Membangun Karakter Lewat Pendidikan. Diakses dari www.googe.com.

Yadiati, Winwin, (2007). Pertanggungjawaban Sosial PT Lapindo,

- Pikiran Rakyat, 30 Mei 2007, diakses dari www.pikiran-rakyat.com.
- Zhegal, Daniel and Sadrudin A. Ahmed. (1990). Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 3, No. 1, pp. 38-53.

Upaya Peningkatan Kinerja Organisasi Melalui Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik

Endang Tjahjaningsih

Mulyo Budi Setiawan

e.cahyaningsih@gmail.com

Abstract

This research aims to develop a new theoretical approach in solving the result of research gap between the effects of organizational learning influence towards organizational performance and analyze the development of Orientation On The Advantage Of Specific Creative Technique. Sources of orientation on the advantage of specific creative technique derived from the concept of the specific firms resources. The research was conducted in the area Pekalongan, Rembang, Sragen, Banjarnegara, and Solo in Central Java Province. The empirical test model used was Structural Equation Modeling (SEM) by using some software, such as: AMOS 7.0, SPSS 16.0 and Microsoft Excel version. 2007. The sample size of the study was 200 owners/ leaders/ managers of Small and Medium Scale Enterprises. The results showed that learning explorative affect positively towards advantage of new product development, innovation creativity affect positively towards advantage of product differentiation, exploitative learning affect positively towards advantage of the creative process-oriented cost. Furthermore, advantage of new product development, advantage of product differentiation, advantage of the creative process-oriented cost affect positively towards organizational performance. This study contributes to the Resources-Based Theory, and Organizational learning Theory. Organizational learning theory provides an explanation explorative learning, exploitative learning, and creativity to the realm of Resources Based Theory, which is the realm of capabilities and orientation on the advantage of specific creative technique which is a competitive advantage in an organizational performance. Limitations and implications for future research and managerial implications are also discussed in this study.

Keywords: *Orientation On The Advantage Of Specific Creative Technique, Organizational Learning, and Organizational Performance.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Untuk meningkatkan perekonomian daerah melalui pengembangan klaster, Provinsi Jawa Tengah telah menentukan 20 produk unggulan daerah antara lain produk Tekstil Produk Tekstil (TPT), furniture/mebel; barang kulit; rokok; kerajinan dan lain-lain. Di antara jenis komoditi unggulan

tersebut, produk TPT (Batik, tenun, bordir dan garmen) dan produk furniture/mebel kayu merupakan komoditas penyumbang devisa ekspor terbesar (Disperindag, 2009). Kemampuan UKM untuk tetap memperbaharui pengetahuan melalui pembelajaran organisasional dan pengembangan kreativitas sangat penting pada masa sekarang ini.

Lopez et al., (2005) menjelaskan pembelajaran organisasional sebagai keahlian suatu organisasi untuk menciptakan, memperoleh, menginterpretasikan, mentransfer dan membagi pengetahuan yang bertujuan memodifikasi perilakunya untuk menggmbarkan pengetahuan dan wawasan baru. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh positif terhadap inovasi dan daya saing serta pada kinerja keuangan maupun kinerja bisnis. Jimenez et al., (2008) mengemukakan bahwa pembelajaran organisasional mempercepat inovasi namun demikian berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja organisasi. Menurut Liao et al., (2009), bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan dan kinerja pemasaran.

Kreativitas merupakan kemampuan untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa ide/gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas menunjuk pada perilaku seseorang yang memiliki daya cipta atau kemampuan untuk menciptakan. Chang et al (2010) menjelaskan kreatifitas produk baru sebagai kebaruan dan kebermaknaan. Kapabilitas proses yang khas dapat dipahami sebagai kapabilitas organisasional yang dibutuhkan untuk mentransformasi input menjadi output secara berkeunggulan yang dapat berwujud inovasi atau budaya organisasi yang memungkinkan dicapainya keunggulan bersaing dengan biaya rendah atau keunggulan diferensiasi (Ferdinand, 2003). Inovasi yang termasuk didalamnya antara lain inovasi produk dengan teknik kreatif pengembangan produk baru dan

diferensiasi produk, inovasi proses kreatif, inovasi pemasaran, inovasi manajerial yang berpotensi untuk membuat sebuah organisasi memiliki kapabilitas untuk menghasilkan proses produksi baru secara lebih cepat dibandingkan pesaing. Strategi inovasi untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan menerapkan konsep orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik/*orientation on the advantage of specific creative technique* (Tjahjaningsih,E., 2012).

Provinsi Jawa Tengah mempunyai potensi batik yang berlatar belakang budaya hampir di setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, dan UKM batik mempunyai unit usaha dengan jenis produksi batik tulis, batik sutera, batik printing maupun batik cap dengan pemasaran lokal, nasional maupun ekspor. Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan pendekatan teoretikal dalam menelusuri dan menganalisis orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik untuk meningkatkan kinerja organisasi dan memberikan penjelasan dengan mengisi gap penelitian hubungan pembelajaran organisasional dengan kinerja organisasi. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan obyek UKM batik khususnya yang berkaitan dengan pembelajaran organisasional, pengembangan kreativitas inovasi, orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik dan kinerja organisasi.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN TEORITIS

Pembelajaran Organisasional

Pandangan *Resource-Based View* (RBV) menjelaskan asset strategis sebagai sumber

yang langka, berharga, dapat ditiru dengan tidak sempurna dan tidak tergantikan (Meso dan Smith, 2000). Organisasi yang berorientasi pada pembelajaran menghasilkan pengetahuan bersama yang membuat kompetitor sulit untuk meniru. Pengetahuan ini menjadikan asset strategis yaitu sumber untuk menciptakan manfaat kompetitif yang terus menerus. Perusahaan semacam itu dipandang sebagai institusi sosial yang pengetahuannya diterapkan dalam peraturan peraturan perilakunya, yang secara terus menerus dibentuk, dipelihara, dan ditingkatkan. Pandangan *Resource-Based View* (RBV) menyatakan bahwa sumber dari perusahaan menentukan manfaat kompetitif dari perusahaan dalam pasar tertentu, sehingga berakibat pada kinerja keuangan. Hasil penelitian Prieto dan Revilla (2006) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara kemampuan pembelajaran organisasional dengan kinerja keuangan maupun dengan kinerja non keuangan

Kreativitas Inovasi

Kreativitas berarti menghadirkan sesuatu benda/hal/cara/metode yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan. Ide yang kreatif dikaitkan dengan ide yang baru untuk orang yang bersangkutan. Ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung. Ahmadi (2009) menemukan hasil bahwa kegiatan kreativitas berpengaruh terhadap operasional perusahaan. Kreativitas mencakup mengadopsi beberapa produk baru, proses produk, maupun kreativitas administrasi.

Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik (*Orientation On The Advantage Of Specific Creative Technique*)

Jordan (2000), Creusen dan Snelders (2002) menjelaskan bahwa dengan memberikan inovasi yang memberikan keunikan produk, kebaruan teknik untuk menghasilkan produk dengan biaya rendah dalam industri intensif desain/motif, maka selain memberikan konsumen nilai kepuasan konsumen seperti aspek kesenangan yang diberikan oleh produk, atau penampilan pribadi, ekspresi diri menjadi bagian penting dari keterlibatan dengan produk. Selanjutnya, aspek-aspek tersebut cenderung untuk menjadi independen pada konsumen rasional. Logika persaingan akan menuntun manajemen untuk melakukan berbagai penyesuaian dengan mendayagunakan orientasi keunggulan untuk meningkatkan kinerja organisasinya (Crespell dan Hansen, 2008).

Upaya untuk meningkatkan kinerja organisasi antara lain melalui konsep orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik. Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik (*Orientation On The Advantage Of Specific Creative Technique*) adalah suatu pandangan organisasi untuk berada pada posisi untuk senantiasa mampu mempunyai keunggulan teknik kreatif yang berbeda dengan yang lain melalui keunggulan pengembangan produk baru, keunggulan diferensiasi produk, dan keunggulan proses kreatif berorientasi biaya (Tjahjaningsih, 2012). Orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik akan diukur melalui variabel keunggulan pengembangan produk baru, keunggulan diferensiasi produk, dan keunggulan proses kreatif berorientasi biaya untuk mencapai

peningkatan kinerja organisasi dengan didukung pembelajaran organisasional. Orientasi keunggulan teknik kreatif yang khas sebagai suatu pandangan organisasi untuk memusatkan perhatiannya bukan sebagai tujuan akhir yang dikembangkan organisasi tetapi sebagai alat atau sarana mencapai tujuan. Orientasi keunggulan teknik kreatif yang khas dapat dihasilkan jika perusahaan sukses membangun, memelihara dan mengembangkan berbagai keunggulan yang khas perusahaan sebagai hasil dari asset strategik yang dimiliki dan dikembangkan perusahaan.

Hubungan Pembelajaran Eksploratif dengan Keunggulan Pengembangan Produk Baru

Pembelajaran eksploratif membantu meningkatkan perubahan kondisi lingkungan dengan menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang tengah berkembang (Jansen et al., 2006). Kim dan Wilemon (2007) menjelaskan pembelajaran organisasional sebagai fasilitator dari kompleksitas pengembangan produk baru. Sehingga semakin tinggi pembelajaran eksploratif diharapkan memberikan dampak positif pada keunggulan pengembangan produk baru. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 1: Semakin tinggi pembelajaran eksploratif, maka akan semakin tinggi tingkat keunggulan pengembangan produk baru.

Hubungan Kreativitas Inovasi Dengan Keunggulan Diferensiasi Produk

Sitohang (2008) menemukan bahwa kreativitas dapat meningkatkan inovasi.

Salavou (2005) menjelaskan inovasi produk secara lebih spesifik mencakup keterbaruan produk/corak baru bagi konsumen (*product newness to customer*), keunikan produk baru/ diferensiasi produk bagi konsumen (*new product uniqueness*) dan keterbaruan produk bari perusahaan (*product newness to the firm*) kemudian mengidentifikasi perbedaan dalam kinerja produk dan perusahaan berdasarkan konteks perusahaan skala kecil dan menengah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kreativitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan diferensiasi produk. Sehingga semakin tinggi kreativitas inovasi diharapkan memberikan dampak positif pada keunggulan organisasi membuat diferensiasi produk. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 2: Semakin tinggi kreativitas inovasi, maka akan semakin tinggi tingkat keunggulan diferensiasi produk

Hubungan Pembelajaran Eksploitatif dengan Keunggulan Proses Kreatif Berorientasi Biaya

Pembelajaran eksploitatif akan memunculkan berbagai inovasi teknis dari basis kecil pengetahuan yang diserap. Hasil penelitian Lane (2006) dan Lichtenthaller (2009) menjelaskan bahwa pembelajaran eksploitatif berpengaruh terhadap inovasi proses/teknik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pembelajaran eksploitatif berpengaruh terhadap keunggulan proses kreatif berorientasi biaya. Sehingga semakin tinggi pembelajaran eksploitatif diharapkan memberikan dampak positif pada keunggulan proses kreatif berorientasi biaya. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 3: Semakin tinggi pembelajaran eksploitatif, maka akan semakin tinggi tingkat keunggulan proses kreatif berorientasi biaya.

Hubungan Keunggulan Pengembangan Produk Baru dengan Kinerja Organisasi

Hertenstein dan Platf (2000) menyatakan bahwa keunggulan pengembangan produk baru memberikan kesuksesan pada kinerja organisasi. Paladino (2007) memberikan hasil penelitian bahwa kesuksesan produk baru berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keunggulan pengembangan produk baru berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Sehingga semakin tinggi baru keunggulan pengembangan produk baru diharapkan memberikan dampak positif pada kinerja organisasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 4: Semakin tinggi tingkat keunggulan pengembangan produk baru, maka akan semakin tinggi kinerja organisasi.

Hubungan Keunggulan Diferensiasi Produk dengan Kinerja Organisasi

Chaganti, Cook, dan Smeltz, (2002) menjelaskan bahwa dengan menggunakan strategi diferensiasi produk akan semakin meningkatkan kinerja organisasi. Salavou (2005) strategi diferensiasi untuk produk akan semakin meningkatkan kinerja bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keunggulan diferensiasi produk

berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Sehingga semakin tinggi keunggulan diferensiasi produk diharapkan memberikan dampak positif pada kinerja organisasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

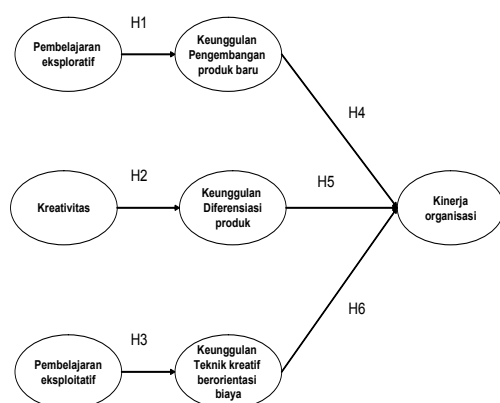
Hipotesis 5: Semakin tinggi tingkat keunggulan diferensiasi produk, maka akan semakin tinggi kinerja organisasi.

Hubungan Keunggulan Proses Kreatif Berorientasi Biaya dengan Kinerja Organisasi

Pinho (2007) menjelaskan bahwa inovasi teknik merupakan sarana yang dapat dipergunakan dalam rangka meningkatkan kualitas dan penghematan yang berdampak pada peningkatan kinerja organisasi. Dibrell et al., (2008) membuktikan bahwa tingkat inovasi proses/ inovasi teknis berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Hasil tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi semakin tinggi kinerja organisasi. Sehingga semakin tinggi keunggulan proses kreatif berorientasi biaya memberikan dampak positif pada kinerja organisasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 6: Semakin tinggi tingkat keunggulan proses kreatif berorientasi biaya, maka akan semakin tinggi kinerja organisasi.

Selanjutnya berdasarkan telaah pustaka dan pengembangan hipotesis maka dapat dibangun suatu model penelitian empirik seperti berikut :



Sumber: Pengembangan studi (2012)

Gambar 1: Model Penelitian Empirik

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausalitas yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk sebab-akibat dengan tujuan untuk memperbaiki teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang terjadi dalam organisasi, sehingga termasuk dalam penelitian *fundamental research* (Sekaran, 1992).

Jenis dan sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan data primer diperoleh langsung dari responden melalui pertanyaan/kuesioner oleh responden.

Populasi

Populasi adalah seluruh UKM batik di daerah Pekalongan, Rembang, Sragen, Solo dan Banjarnegara di Provinsi Jawa Tengah.

Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel

Hair, et.al, (1995) menyatakan bahwa sampel yang representatif untuk menggunakan teknik analisis SEM berkisar antara 100-

200. Jumlah sampel dalam penelitian ini 200 responden dari 300 kuesioner yang disebarkan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple sampling*. Subyek dalam penelitian ini adalah pemilik/pimpinan/ manajer UKM batik di Jawa Tengah.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket atau *questionnaire* dengan menggunakan skala Likert 1-10. Skala pengukuran variabel pembelajaran eksploratif diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang dikembangkan dari March (1991) dan Atuahene, Kwaku, dan Murray (2007). Kreativitas diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang dikembangkan Ahmadi (2009). Pembelajaran eksploitatif diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang dikembangkan dari March (1991) dan Atuahene, Kwaku, dan Murray (2007). Keunggulan pengembangan produk baru diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang dikembangkan March dan Stock, (2006). Keunggulan diferensiasi produk diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang dikembangkan dalam penelitian Cooper (1979), Song dan Parry (1997). Keunggulan proses kreatif berorientasi biaya diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi Dibrell dan Craig (2008), dan Mavondo (2005). Variabel kinerja organisasi diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang dikembangkan oleh Krauss et al. (2005).

Teknik Analisis Data

Teknik mengolah data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistika. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum tentang identifikasi responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, lama usaha, kegiatan ekspor produknya ke negara lain. Analisis statistika digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan cara menganalisis dan menguji model empirik dengan model *Path Analysis SEM* (*Structural Equation Modeling*) komposit sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

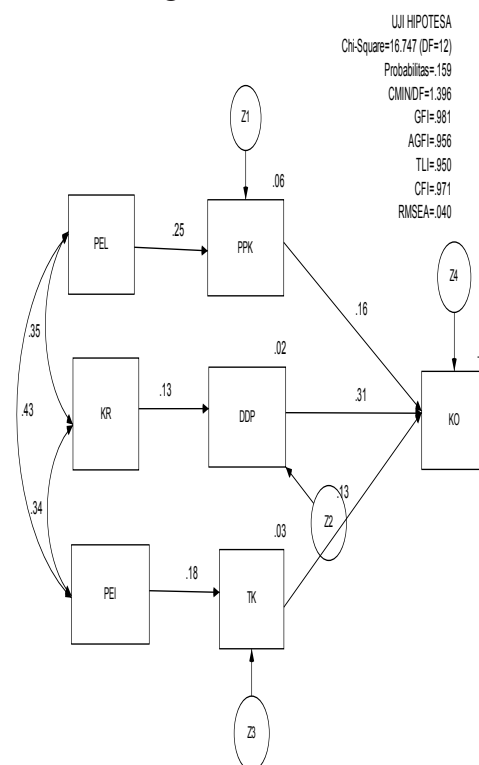
Hasil Analisis

Berdasarkan hasil penelitian diketahui responden pada umur 40-49 sebesar 34,26%, berjenis kelamin pria sebanyak 69,75%; latar belakang pendidikan terakhir SLTA sebesar 68,28 %; mempunyai lama usaha 10-20 tahun sebesar 54,18 %. Sebagian besar responden 90,11 % tidak mengekspor produknya dengan alasan belum siap, tidak mengetahui seluk beluk mengeskpor produk, tidak mempunyai kemampuan mengekspor dan belum banyak dukungan dari pemerintah.

Uji Validitas Dan Realiabilitas

Berdasarkan perhitungan tidak terdapat nilai *loading factor* yang lebih kecil dari 0,50. Variabel pembelajaran eksploratif mempunyai *loading factor* berkisar antara 0,680 sd 0,729; kreativitas inovasi mempunyai *loading factor* berkisar antara 0,678 sd 0,729; pembelajaran eksploitatif mempunyai *loading factor* berkisar antara 0,678 sd 0,795; keunggulan pengembangan produk baru mempunyai *loading factor*

berkisar antara 0,709 sd 0,754; keunggulan diferensiasi produk mempunyai *loading factor* berkisar antara 0,709 sd 0,756; keunggulan proses kreatif berorientasi biaya mempunyai *loading factor* berkisar antara 0,701 sd 0,752; kinerja organisasi mempunyai *loading factor* berkisar antara 0,654 sd 0,763, dan tidak terdapat reliabilitas yang lebih kecil dari 0,70. Begitu pula pada uji *variance extract* juga tidak terdapat nilai yang berada di bawah 0,50. Hasil penelitian ini menunjukkan semua indikator-indikator (*observed*) pada konstruk yang dipakai sebagai *observed variable* bagi konstruk atau variabel latennya mampu menjelaskan konstruk atau variabel laten yang dibentuknya. Selanjutnya dalam menguji model empirik dengan model *Path Analysis SEM* (*Structural Equation Modeling*) komposit sederhana sebagai berikut:



Sumber: Data primer diolah (2012)

Gambar 2: *Path Analysis Structural Equation Model*

Model empirik menggunakan variabel pembelajaran eksploratif (PEL), kreativitas inovasi (KR), pembelajaran eksploitatif (KKK), keunggulan pengembangan produk baru (PPK), keunggulan diferensiasi produk (DDP), keunggulan teknik kreatif berbasis efisiensi biaya (TK), dan kinerja organisasi (KO). Uji model menunjukkan bahwa model sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut ditunjukkan dengan *Chi-Square*, Probability, CMIN/DF, GFI, AGFI, TLI, RMSEA, CFI berada dalam rentang nilai yang diharapkan dengan hasil baik, hal tersebut tampak pada berikut ini:

Tabel 1: Indeks Pengujian Kelayakan
Path Analysis SEM

Goodnes-of-fit index	Cut-Off-value	Hasil	Ket
X-Chi-square	21.02607	16,747	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0,159	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,04	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,981	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,956	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,39	Baik
TLI	$\geq 0,90$	0,950	Baik
CFI	$\geq 0,90$	0,971	Baik

Sumber: Data primer diolah (2012)

Pengujian hipotesis berdasarkan perhitungan *Path Analysis Structural Equation Model* (SEM), maka model ini dapat diterima. Kemudian berdasarkan model fit dilakukan pengujian hipotesis melalui analisis *regression weights* berikut:

Tabel 2: Standardized Regression Weights

			Standar Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
PPK	<---	PEL	.246	.071	4.005	.000	Signifikan
DDP	<---	KR	.126	.061	2.000	.045	Signifikan
TK	<---	PEI	.179	.079	2.875	.004	Signifikan
KO	<---	DDP	.315	.052	5.314	.000	Signifikan
KO	<---	PPK	.164	.046	2.778	.005	Signifikan
KO	<---	TK	.129	.048	2.182	.029	Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2012)

Berdasar Tabel 2, setiap variabel memiliki nilai *loadingfaktor* (koefisien) *standardized estimate* yang signifikan dengan nilai *Critical Ratio* $> 2,0$. Analisis atas koefisien jalur (*path coefficients*) dianalisis melalui signifikansi besaran *standardized regression weights* tampak bahwa semua jalur yang dianalisis menunjukkan adanya *causal relationship* yang signifikan, terlihat dari besarnya koefisien jalur (*estimate* dan *standardized estimate*) dengan nilai *Critical Ratio* $> 2,0$ atau tingkat signifikansi uji hipotesis yang lebih kecil dari 5%. Pembelajaran eksploratif berpengaruh terhadap keunggulan pengembangan produk baru dengan hasil nilai parameter $\beta = 0,246$, hasil tersebut mengindikasikan untuk meningkatkan keunggulan pengembangan produk baru dibangun dengan pembelajaran eksploratif. Selanjutnya keunggulan pengembangan produk baru berpengaruh terhadap kinerja organisasi dengan hasil nilai parameter $\beta = 0,164$, hasil tersebut mengindikasikan untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun dengan keunggulan pengembangan produk baru.

Pembelajaran eksploitatif berpengaruh terhadap keunggulan teknik kreatif berbasis efisiensi biaya dengan hasil nilai parameter $\beta = 0,179$, hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan keunggulan teknik kreatif berbasis efisiensi biaya dibangun dengan pembelajaran eksploitatif. Selanjutnya keunggulan teknik kreatif berbasis efisiensi biaya berpengaruh terhadap kinerja organisasi dengan menunjukkan hasil nilai parameter $\beta = 0,129$, hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun dengan keunggulan

teknik kreatif berbasis efisiensi biaya. Kreativitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan diferensiasi produk dengan hasil nilai parameter $\beta = 0,126$, hasil tersebut mengindikasikan untuk meningkatkan keunggulan diferensiasi produk dibangun dengan kreativitas inovasi. Selanjutnya keunggulan diferensiasi produk berpengaruh terhadap kinerja organisasi dengan menunjukkan hasil nilai parameter $\beta = 0,315$, hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun dengan keunggulan diferensiasi produk. Bentuk persamaan matematis model empirik sebagai berikut :

$$PPK = 0,246 \text{ PEL}$$

$$Se(\beta): (0,071)$$

$$CR : (2 (4,005))$$

$$TK = 0,179 \text{ PEI}$$

$$Se(\beta): (0,079)$$

$$CR : (2,875)$$

$$DDP = 0,126 \text{ KR}$$

$$Se(\beta): (0,061)$$

$$CR : (2,000)$$

$$KO = 0,164 \text{ PPK} + 0,129 \text{ TK} + 0,315 \text{ DDP}$$

$$Se(\beta): (0,046) \quad (0,048) \quad (0,052)$$

$$CR : (2,778) \quad (2,182) \quad (5,314)$$

Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total

Pengaruh langsung merupakan koefisien dari semua garis koefisien dengan anak panah satu ujung atau sering disebut dengan koefisien jalur. Pengaruh tidak langsung adalah pengaruh yang muncul melalui sebuah variabel antara. Pengaruh total merupakan total penjumlahan dari pengaruh langsung dan tak langsung. Dengan melihat hasil perhitungan dengan

menggunakan program AMOS seperti dalam Tabel 3 berikut ini :

Tabel 3: Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total

	PENGARUH	PEI	KR	PEL	TK	DDP	PPK
TK	Langsung	.179	.000	.000	.000	.000	.000
	Tak Lsg	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Total	.179	.000	.000	.000	.000	.000
DDP	Langsung	.000	.126	.000	.000	.000	.000
	Tak Lsg	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Total	.000	.126	.000	.000	.000	.000
PPK	Langsung	.000	.000	.246	.000	.000	.000
	Tak Lsg	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Total	.000	.000	.246	.000	.000	.000
KO	Langsung	.000	.000	.000	.129	.315	.164
	Tak Lsg	.023	.040	.040	.000	.000	.000
	Total	.023	.040	.040	.129	.315	.164

Sumber: Data primer diolah (2012)

Pengaruh langsung terbesar keunggulan diferensiasi produk terhadap kinerja organisasi sebesar 0.315. Pengaruh tidak langsung terbesar kreativitas inovasi dan pembelajaran eksploitatif terhadap kinerja organisasi sebesar 0,040. Pengaruh total terbesar keunggulan diferensiasi produk terhadap kinerja organisasi sebesar 0.315. Hal ini berarti peningkatan kinerja organisasi dapat dicapai dengan meningkatkan orientasi konsumen terhadap pengembangan produk kreatif; meningkatkan kreativitas kerja karyawan terhadap tanggung jawab tanggung jawab pada karyawan dan masyarakat, dan meningkatkan orientasi supplier terhadap teknik kreatif berbasis efisiensi biaya.

PENUTUP

Kesimpulan atas Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan atas hipotesis sebagai berikut: pembelajaran eksploratif berpengaruh positif terhadap keunggulan pengembangan produk baru

(H1), kreativitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan diferensiasi produk (H2), pembelajaran eksploitatif berpengaruh positif terhadap keunggulan teknik kreatif berbasis efisiensi biaya (H3). Selanjutnya, keunggulan pengembangan produk baru (H4), keunggulan teknik kreatif berbasis efisiensi biaya (H5), dan keunggulan diferensiasi produk (H6) berpengaruh positif terhadap terhadap kinerja organisasi.

Implikasi Teoritis

Penelitian ini berbasis pada *Resources Based Theory* dan *Organizational Learning*. Teori pembelajaran organisasional memberikan penjelasan tentang keunggulan pengembangan produk baru, keunggulan diferensiasi produk, dan keunggulan proses kreatif berorientasi biaya ke ranah *Resources Based Theory*, yaitu ranah kapabilitas dan orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik sebagai keunggulan bersaing pada suatu kinerja organisasi.

Temuan baru penelitian ini berhasil menjelaskan: *research gap* pengaruh orientasi pembelajaran organisasional dengan kinerja, dengan menjelaskan bahwa pembelajaran organisasional tidak secara otomatis akan meningkatkan kinerja, namun mendorong orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik, dan selanjutnya orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik mengarah pada pencapaian kinerja organisasi, mendukung hasil penelitian Hertenstein dan Platf (2000), Chaganti, Cook, dan Smeltz, (2002), Paladino (2007), Pinho (2007), Dibrell et al., (2008), Salavou (2005); konsep baru orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik, dan anteseden orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik yang mendukung hasil penelitian

Jansen et al., 2006), Lane (2006), Kim dan Wilemon (2007), Sitohang, S (2008), Salavou (2005), Lichtenthaller (2009).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan pertanyaan terbuka maka dapat diberikan implikasi manajerial bahwa kinerja organisasi UKM dapat ditingkatkan dengan meningkatkan orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik dengan berbagai cara seperti meningkatkan proses pengembangan produk baru dengan mengasah kreatifitas, menggunakan teknik baru dengan cara memodifikasi dalam setiap produk, serta mengembangkan produk baru terbaik perusahaan; meningkatkan kreativitas inovasi dengan interaksi kelompok, pengaruh budaya dan nilai; serta meningkatkan proses produksi batik web malam, sistim batik sablon, sablon lilin, proses produksi IPAL untuk pengelolaan limbah, menggunakan teknologi baru untuk meningkatkan kualitas seperti pembuatan motif batik dengan komputer serta menggunakan teknologi baru untuk mempercepat proses produksi baru dengan tujuan efisiensi produk dan biaya seperti mesin pengering untuk mempercepat proses dan pencerahan warna.

Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian yang akan datang perlu ditambahkan variabel lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik dan kinerja organisasi, misalnya orientasi entrepreneur; dan obyek penelitian tidak hanya pada UKM saja tetapi diperluas pada Usaha Besar di Indonesia atau pada industri selain batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Atuahene-Gima, Kwaku and Murray, Janet Y (2007), Exploratory And Exploitative Learning In New Product Development: A Social Capital Perspective On New Technology Ventures In China, *Journal of International Marketing*, Vol 15, 2
- Chang, S.C, Shiao-Wen Tein And Hsi-Ming Lee. (2012), Social Capital, Creativity And New Product Advantage: An Empirical Study, *International Journal Of Electronic Business Management*, Vol8. No.1. Pp.43-45.
- Chaganti, Radha; Cook, Ronald G; Smeltz, Wayne, J. (2002), Effects Of Styles, Strategies, And Systems On The Growth Of Small Businesses, *Journal Of Developmental Entrepreneurship*; Aug 2002; 7, 2; ABI/INFORM Global Pg. 175.
- Creusen, M. And Snelders, D. (2002), Product Appearance And Consumer Pleasure, In Green, W.S. And Jordan, P.W. (Eds), *Pleasure With Products: Beyond Usability*, Taylor & Francis, London, Pp. 69-75.
- Dibrell, Clay; Davis, Peter S dan Craig, Justin. (2008), Fueling Innovation Through Information Technology In Smes, *Journal Of Small Business Management*, 46,2, ABI/INFORM Global.
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah (2009), Katalog Dan Profil IKM Batik.
- Ferdinand, Augusty. (2003), Sustainable Competitive Advantage : Sebuah Eksplorasi Model Konseptual, *Research Paper Series No : 02 /Mark/2003*, BP UNDIP.
- Hair, Jr., Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, And William C.Black. (2009), *Multi-Variate Data Analysis With Readings*, Prentice-Hall International, INC, Englewood Cliffs, Newjersey.
- Hertenstein, Julie, H, And Platt, Marjorie, B. (2000), Performance Measures And Management Control In New Product Development, Northeastern University. IS 2000, *American Accounting Association Accounting Horizons*, Vol. 14, No. 3 Pp. 303-323.
- Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J., And Volberda, H. W. (2006), Managing Potential And Realized Absorptive Capacity: How Do Organizational Antecedents Matter?; *Academy Of Management Journal*, 48: 999-1015.
- Jimenez-Jimenez, D., R.S. Valle, Adn M.H. Espallardo. (2008), Fostering Innovation, *European Journal Of Innovation Management*, Vol.44 No.3,Pp.389-412.
- Jordan, P.W. (2000), *Designing Pleasurable Products*, Taylor & Francis, London.
- Kim, Jongbae And Wilemon, David (2007), The Learning Organization As Facilitator Of Complex Npd Projects, *Creativity And Innovation Management*.
- Krauss, Stefanie, Frese, Michael; Friedrich, Christian; Unger, Jens M, (2005), Entrepreneurial Orientation: A Psychological of Success Among Southern African Small Business Owners, 2005, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14 (3)
- Lane, P. J., Koka, B., And Pathak, S. (2006),

- The Reification Of Absorptive Capacity: A Critical Review And Rejuvenation Of The Construct, *Academy Of Management Review*, 31: 833–863.
- Lichtenthaler, Ulrich. (2009), Absorptive Capacity, Environmental Turbulence, And The Complementarity Of Organizational Learning Processes, *Academy Of Management Journal*, Vol 52 No 4.822–946.
- Lopez, Susana Perez; Montes Peon, Jose Manuel Dan Vazquez Ordas, Jose Camilo. (2005), Organizational Learning As A Determining Factor In Business Performance, *The Learning Organisation*, 12.
- Liao, S And Chi-Chuan Wu. (2009), The Relationship Among Knowledge Management Organizational Learning, And Organizational Performance, *International Journal Of Business And Management*, Vol.4 No.4.
- March, J. G. (1991), Exploration And Exploitation In Organizational Learning; *Organization Science*, 2: 71–87.
- Marsh, S. J., and Stock, G. N; (2006), Creating Dynamic Capability: The Role of Intertemporal Integration, Knowledge Retention, and Interpretation; *Journal of Product Innovation Management*, 23: 422–436.
- Mavondo, Felix,T; Chimhanzi, Jacqueline; Stewart, Jillian (2005), Learning Orientation And Market Orientation: Relationship With Innovation, Human Resource Practice And Performance, *European Journal Of Marketing*, Vol 39.No 11/12.pp.1235-1263
- Paladino, Angela (2007), Investigating The Drivers Of Innovation And New Product Success: A Comparison Of Strategic Orientations, *Product Innovation Management*, 24.
- Pinho, Jose, Carlos(2007), TQM And Performance In Small Medium Enterprises: The Mediating Effect Of Customer Orientation And Innovation, *International Journal Of Quality And Reliability Management*, Vol .25, No. 3.
- Prieto, I.M. and E. Revilla, (2006), Learning Capability And Business Performance: Anon-Financial And Financial Assessment, *The Learning Organization*, Vol.13. No.2, Pp. 166-185
- Salavou, Helen (2005), Do Customer And Technology Orientations Influence Product Innovativeness In Smes? Some New Evidence From Greece, *Journal Of Marketing Management*, 21, 307-338.
- Sitohang, S. (2008). Pengaruh Kreativitas Dan Trade Exhibition Terhadap Inovasi Berkelanjutan Dan Kinerja Pemasaran Sentra Industri Kecil Mebel Kayu Di Kabupaten Madiun, *Ekuitas*, Vol.12.No.3.
- Sekaran, Uma. (1992), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, Second Edition, New York, Chichester Brisbane Toronto, Singapore, John Wiley & Sons, Inc.
- Song, X, Michael and Parry, M.E, (1997), A Cross National Comparative Study Of New Product Development Processes: Japan And The United States, *Journal Of Marketing*, Vol. 61, pp.1-18

Tjahjaningsih, E. (2012), Strategi Pengambilan Risiko Berinovasi Dan Peningkatan Kinerja Organisasi: Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik, Disertasi.

LAMPIRAN

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	16	16.747	12	.159	1.396
Saturated model	28	.000	0		
Independence model	7	185.519	21	.000	8.834

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.051	.981	.956	.420
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.154	.787	.717	.591

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.910	.842	.973	.950	.971
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.571	.520	.555
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	4.747	.000	19.704
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	164.519	124.672	211.838

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.067	.019	.000	.079
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	.745	.661	.501	.851

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.040	.000	.081	.606
Independence model	.177	.154	.201	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	48.747	49.810	105.091	121.091
Saturated model	56.000	57.859	154.601	182.601
Independence model	199.519	199.984	224.169	231.169

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.196	.177	.256	.200
Saturated model	.225	.225	.225	.232
Independence model	.801	.641	.991	.803

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	313	390
Independence model	44	53

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.040	.000	.081	.606
Independence model	.177	.154	.201	.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	48.747	49.810	105.091	121.091
Saturated model	56.000	57.859	154.601	182.601
Independence model	199.519	199.984	224.169	231.169

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.196	.177	.256	.200
Saturated model	.225	.225	.225	.232
Independence model	.801	.641	.991	.803

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	313	390
Independence model	44	53

Influence Of Ownership Structure And Board Activity To Voluntary Disclosure For Manufacturing Companies In Indonesian Stock Exchange

Evi Gant yawati

Ayu Nur Fitria

Universitas Sebelas Maret Surakarta

EGantyo@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh struktur kepemilikan dan aktivitas dewan terhadap pengungkapan sukarela. Struktur kepemilikan diproksikan proporsi kepemilikan di luar kepemilikan manajer dan institusional, sedangkan aktivitas dewan diproksikan tiga jenis rapat yaitu frekuensi rapat dewan direksi, frekuensi rapat dewan komisaris, frekuensi rapat komite audit. Sample studi ini adalah 109 perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan pada tahun 2009 dan 2010 yang diperoleh melalui purposive sampling. Pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi berganda Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi rapat dewan direksi serta rapat komisaris dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan sukarela. Kepemilikan publik dan frekuensi rapat komite audit tidak berpengaruh ke pengungkapan sukarela. Struktur kepemilikan dan aktivitas dewan secara bersama-sama menunjukkan pengaruh ke pengungkapan sukarela.

Kata Kunci: *struktur kepemilikan, aktivitas dewan dan pengungkapan sukarela*

INTRODUCTION

In the modern economy, there are separation between the management as the manager of the company and owners of the company's capital (Arifin, 2004). Separation of ownership and management will bring a known as agency problem because the interests of owners (principals) and managers (agents) are not in line. Jensen and Meckling (1976) states that the agency problems is cause the desire of the agent to maximize his welfare compare with the welfare of the principal.

Investors (the principal) as the party authorized the management to manage the property have an interest to improving their welfare through the return of their

capital. While the management have an interest in improving his welfare through incentives (Ujiyantho and Pramuka, 2007). This condition causes the management tend not to provide information that adversely affect those interests. This condition raises the asymmetry of information. Information asymmetry between management (agent) and owner (principal) provides an opportunity for managers to act opportunistically, like personal gain (Tanor, 2009). The sufficient disclosure can reduce information asymmetry.

Barako (2007) shows that information asymmetry can be minimized with the transparency of corporate information. Given the demands of presenting

information in a transparent manner, it is expected to prevent opportunistic actions of management for their personal use. Form of transparency is the disclosure of the company's annual report. The annual report is an important means of communicating financial information and non-financial companies. The annual report is also a major tool for managers to demonstrate effectiveness of achieving accountability for the efficient functioning of the organization (Suripto, 1998).

Disclosure in annual reports can be grouped into two categories, namely mandatory disclosure and voluntary disclosure. Mandatory disclosure is a disclosure required by applicable regulations. Voluntary disclosure is a disclosure by companies beyond what is required in the mandatory disclosure (Barako, 2007). Voluntary disclosure is one way to increase the credibility of corporate financial reporting and to assist investors in understanding the company's business strategy (Yularto and Chariri, 2003).

Disclosure is an important attribute of corporate governance, particularly in relation to the principles of transparency and accountability (Benardi, Sutrisno, and Assih, 2009). Syakhroza (2002) in a study of application of the OECD (Organization of Economic Cooperation and Development) defines corporate governance is a system used to direct and control board as well as supervise (directing, controlling, and Supervising) the management of organizational resources in an efficient, effective, economical, and productive to the principles of transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness

in order to achieve organizational goals. Arifin and Rachmawati (2006) stated that shareholders right to get the information timely and the company must disclose the information. Applied of good corporate governance will provide better disclosure (mandatory or voluntary) accurately and timely.

Several studies of corporate governance with many different variables, gives different results, for example Ho and Wong (2001) stated that corporate governance had positive effects on voluntary disclosure in Hongkong. Eng and Mak (2003) proved that ownership structure and board composition had positive effects on voluntary disclosure in Singapore. Yuen et al (2009) that research in China, showed that the individual ownership, the existence of audit committees, company size, and the leverage effect on voluntary disclosure, while concentrated ownership, institutional ownership, managerial ownership, the proportion of independent commissioners, the presence of the CEO as a director and commissioner, profitability, and industry type had no effect on voluntary disclosure in China.

Akhtaruddin et al (2009) states that in Malaysia, there are positive effects of corporate governance factors that are represented by the number of directors, the proportion of independent non-executive, family control, foreign shareholders, and the percentage of voluntary audit committee disclosure. In Indonesia, Khomsiyah (2003) showed that there is a positive relationship between the index of the level of corporate governance and disclosure but Hapsoro (2007) showed

that ownership structure does not affect the transparency of information.

This study develops Akhtaruddin et al (2009) and change corporate governance variables base on Kanagaretnam et al (2007). This research differs from Akhtaruddin et al (2009) in the following aspects: (1) using the population of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (2) the use of voluntary disclosure items from Akhtaruddin et al (2009) which has been adapted to the regulations in Indonesia as PSAK at July 31, 2009 and BAPEPAM KEP-134/BL/2006 numbers that correspond to implemented in Indonesia and has expanded with added items that Corporate Social Responsibility sourced from the Global Reporting Initiative, and (3) the period of this study is two years, 2009-2010.

This study aims to determine the effect of corporate governance on voluntary disclosure. Corporate governance in this study are represented by ownership structure and board activity. Ownership structure variable, base on Akhtaruddin et al (2009) and activities of the board variable in accordance with Kanagaretnam et al (2007). This research is expected to provide benefit and input for the company to increase voluntary disclosure, may provide benefits for investors to consider their investment decisions and is expected to provide information and reference material for interested parties.

LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESES

Agency theory

Agency theory is a theory that regarding

the contractual relationship between two parties, namely the principal and agent. The owner of the company's capital or investor (the principal) appoints the management (agent) to manage the firm (Jensen and Meckling, 1976). Management is vested in the policy decision that is expected to optimize the management of existing resources to the maximum owners' welfare. Agency theory states that each party (the principal and agent) is only motivated by self-interest, increase to conflicts of interest between the principal and the agent.

The condition, had known as the agency conflict and information asymmetry between owners of capital and management. Under these circumstances, it takes a system of good governance in the firms that aim to encourage an open and accountable management so owners have the opportunity to review these decisions and the basis for decision making, and assess the effectiveness of management decisions (Arifin and Rachmawati, 2006). Corporate governance emphasized on two things, first, the importance of shareholders' rights to obtain information correctly and on time and, second, the company's obligation to make disclosure accurately, timely, and transparent for all the information the company's performance, ownership, and stakeholders (Kaihatu, 2006). Through good corporate governance that promote transparency of information is expected to provide confidence in managing the wealth of the owners of capital, so as to minimize the agency conflict (Gantyawati and Nurlinda, 2011).

Information asymmetry occurs because the manager of a firm have more information

about the company's operations and future prospects of the company than the owner (Sundjaja and Barlian, 2003) Signaling theory arise because of the asymmetry of this informmasi. Manager as the manager of a company that knows a lot more internal information, shall provide a signal about the state of the company to the owner (Ujiyantho and Boy Scouts, 2007). Given signal can be done through the disclosure of information, one with a voluntary disclosure.

Disclosure

Disclosure is an important tool to reduce information asymmetry between managers with the company owner. Three concepts of the disclosure in general are adequate, fair and full disclosure (Hendriksen and Brenda, 2001). Adequate disclosure is the minimum disclosures required by the regulations, where investor can interpret the figures in the financial statements properly. Fair disclosure contains ethical goals by providing appropriate information to the reader (investor) potential. Full disclosure is a disclosure of all relevant information. Disclosure can be grouped into two types, namely mandatory disclosure and voluntary disclosure. Mandatory disclosure is the minimum disclosure required by applicable accounting standards and the Board of Supervisors (Hananto, 2009) in this case Bapepam-LK. Voluntary disclosure is a voluntary disclosure through annual reports exceeds the mandatory requirement (Barako, 2007).

Voluntary disclosure is a disclosure made by the management of an enterprise beyond the information items required to be disclosed under applicable rules. Meek

et al (1995) in Fitriany (2001) showed that voluntary disclosure is a disclosure-free, where management can choose the type of information considered relevant to decision making for those users.

Corporate Governance

Syakhroza (2002) in a study of application of the OECD (Organization of Economic Cooperation and Development) defines corporate governance is a system used to direct and control board as well as supervise (directing, controlling, and supervising) the management of organizational resources in an efficient, effective, economical, and productive to the principles of transparent, accountable, Responsible, independent, and fairness in order to achieve organizational goals.

Corporate governance is a way to ensure that management act in the best interests of stakeholders. Corporate governance is a system that definitively regulate and control the enterprise to create added value for all stakeholders. There are five major components required in corporate governance, namely fairness, transparency, accountability, responsibility and independency. Implementation of corporate governance helps to reduce the information asymmetry between agents and principals through disclosure. Disclosure provide strong protection for the rights of shareholders (owners of capital), especially minority shareholders. The practice of disclosure is well supported by the existence of good corporate governance practices as well. This research was supported by Ho and Wong (2001) that states the application of

corporate governance has a broad impact on corporate disclosure.

One element of corporate governance is used in the study : the ownership structure. The selection of variables base on Akhtaruddin et al (2009). Ownership structure is an entity or individual who holds shares in a company (Wahyudi and Pawestri, 2006). Ownership structure reflects the distribution of power and influence among shareholders over the company's operations. Ownership structure in this research is identified as the proportion of public ownership outside managerial and institutional.

Meanwhile, other elements of corporate governance is the activity of the board. Board activity is the amount of the company's board and audit committee meets for one year (Gantyowati and Dewi, 2011). Activity can be seen from the frequency of executive board meetings, the frequency of non-executive board meetings, and the frequency of audit committee meetings.

Firm Characteristics

Firm characteristics are specific characteristics inherent in the company, marking a company and distinguish it from other companies. Characteristics of enterprise can be the size of the firm, number of shareholders, leverage, liquidity ratio, the base of the company, profile, and other characteristics (Marwata, 2006). Firm characteristics that used in this study is the size of the company. Size of the company is an important variable that explains the extensive disclosure in annual reports (Cooke, 1992).

Hypothesis

Influence the structure of public ownership outside of the managerial and institutional voluntary disclosure.

Increased public ownership serves to monitor the performance of managers and reduce the possibility of storing information manager for private purposes (Akhtaruddin et al, 2009). Research Susanto (1992) states that the higher the stock ownership by the community led to the higher pressure to provide better disclosure, including voluntary disclosure.

H1: The proportion of public ownership influence on voluntary disclosure.

Influence the frequency of executive board meetings of the voluntary disclosure.

The frequency of executive board meetings reflect the higher duties that the executive boards have managed the company properly and protect the rights of corporate stakeholders. The executive board as the company's management tried to meet the demands of the stakeholders about company information with increasing their meetings frequency which will address the issues that will affect the stakeholders (Gantyowati and Dewi, 2011).

H2: The frequency of executive board meetings influence on the voluntary disclosure.

Influence the frequency of non executive board meetings of the voluntary disclosure.

According to Xie (2003), the more frequently non executive board meetings,

the supervisory function is becoming increasing effectively. The frequency of non executive board meetings can effectively monitor the management so as to encourage managers to give greater disclosure to their stakeholders (Conger, 1998; Brick and Chidambaram 2007)

H3: The frequency of non executive board meetings influence on the voluntary disclosure.

Influence the frequency of audit committee meetings to the voluntary disclosure.

Collier and Gregory (1999) revealed that the frequency of audit committee meetings are held more often, provide mechanisms for oversight and monitoring activities more effective management, Thus, the Audit Committee meetings are more frequent, may increase the effectiveness of management and may increase the company's voluntary disclosure. H4: The frequency of audit committee meetings influence on voluntary disclosure.

Influence of ownership structure and board activity on voluntary disclosure

Base on the description of the development of hypotheses 1 to 4, it can be concluded that the ownership structure and board activity jointly influence on voluntary disclosure.

H5: ownership structure and board activity influence on voluntary disclosure all together

RESEARCH METHOD

Independent Variables

1. The proportion of public ownership beyond the managerial and institutional

ownership indicates the percentage of people outside of the managerial and institutional ownership. Variables are consistent with the Akhtaruddin et al (2009).

2. The frequency of executive board meetings is the number of board meetings held during the year. The executive board shall conduct regular meetings and additional meetings if deemed necessary in order to carry out their duties effectively (Corporate Governance Guideliness, 2007). Variables are consistent with the Kanagaretnam et al (2007).
3. The frequency of non-executive board meetings is the number of board meetings held during the year. The non-executive board must conduct regular meetings and additional meetings if deemed necessary (Corporate Governance Guideliness, 2007). Variables are consistent with the Kanagaretnam et al (2007).
4. Audit committee meeting frequency is the number of audit committee meetings held during the year. The audit committee should conduct periodic meetings and additional meetings if deemed necessary and audit committee meetings should be run at least four times a year in order to carry out their duties effectively (Corporate Governance Guideliness, 2007). Variables base on Kanagaretnam et al (2007).

Dependent Variable

Dependent variable in this study is voluntary disclosure. The measurement of voluntary disclosure is disclosure index which derived from Akhtaruddin et al research (2009) and had adjusted by PSAK per July 31, 2009 and BAPEPAM No: KEP-

134/BL/2006, and coupled with Corporate items Social Responsibility, which is a 93 item disclosure. This index is calculated by giving a score of 1 if there is disclosure and a score of 0 if no. Of the total score will be divided by the highest score when all the disclosures made.

Control variable

We use Firm size to control factor that can affect the disclosure. Firm size is measured by log of total assets owned by the company. Methods of data analysis in this research using descriptive statistics and hypothesis testing with multiple regression analysis in which statistical analysis using SPSS released 17. Regression equation for hypothesis testing in this study are:

$$Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3 + eX_4 + fX_5 + \varepsilon$$

Description:

- Y = voluntary disclosure item score / highest score when all items available
- X1 = the proportion of public ownership beyond the managerial and institutional
- X2 = the frequency of executive board meetings
- X3 = the frequency of non-executive board meetings
- X4 = the frequency of audit committee meetings
- X5 = log of assets
- a = constant
- b, c, d, e, f = coefficient of regression
- ε = error

This study includes firms listed on The Bursa Efek Indonesia (BEI) in the end of 2009 and 2010. This study uses a purposive

sampling technique. There are 292 companies listed on the Stock Exchange, and only 109 companies fill sample requirement: they publish annual reports in 2009 and 2010 and their annual reports will be accessible and provide the required data in the study.

RESULTS AND DISCUSSION

Descriptive Statistics

Table 1 presents descriptive statistics data. The average manufacturing firm reveal items of voluntary disclosure is equal to 0.4395 or 43.95%. The minimum value of voluntary disclosure is 0.16 or 16% of the 93 disclosure items. While the maximum value of voluntary disclosure is 0.75 or 75% of the 93 disclosure items.

Meanwhile, the minimum value for a variable proportion of public ownership beyond the managerial and institutional amounted to 0.26% and its maximum value by 68%. Lowest frequency of executive board meetings is 2 times a year and the highest is 52 times a year. The mean frequency of executive board meetings is 18.34 or 18 times a year.

Sample of 109 manufacturing firms, the average frequency of non executive board meetings are at 7.38 or 7 times a year. Non executive board meetings with the lowest frequency is 1 times in one year. While the highest frequency of the non executive board meetings is 65 times a year. Lowest frequency of audit committee meetings is a once a year and the highest is 41 times a year. The mean frequency of audit committee meetings are at 6.43 or 6 times a year.

Firm size is a control variable in this study. Firm size is represented by the logarithm of firm assets. The size of the smallest companies amounted to 10 and the size of the largest companies amounted to 14.43. The average size of the company amounted to 12.25.

disclosure. The proportion of public ownership or audit committee meetings frequency, in the other side has no effect on voluntary disclosure.

Based on individual parameter significance test (t test), it reveals that the probability of executive board meeting frequency of

Table 1.
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Volunt.Disclosure	109	0.16	0.75	0.4395	0.10132
Prop.PublicOwnership	109	0.26	68.00	22.3306	15.52034
ExecutiveBoardMeeting	109	2	52	18.34	13.315
NonExecutiveBoardMeeting	109	1	65	7.38	8.411
AuditCommitteeMeeting	109	1	41	6.43	5.496
LogAsset	109	10.00	14.43	12.2470	0.82685

Source: Data Processing Results

Hypothesis Testing

The results of hypothesis testing show that the frequency of executive board meetings, non executive board meeting frequency, and size affect the company's voluntary

disclosure. 0.004 is smaller than 0.05, it indicates the frequency of executive board meetings has impact on the voluntary disclosure. Non executive board meeting frequency has a significance value 0.03 less than 0.05.

Table 2.
Multiple Regression Results

Variables	Coefficients	t	Sig
Volunt.Disclosure	0.000	0.610	0.543
Prop.PublicOwnership	0.002	2.905	0.004
ExecutiveBoardMeeting	0.003	2.200	0.030
NonExecutiveBoardMeeting	-0.002	-0.806	0.422
AuditCommitteeMeeting	0.043	3.963	0.000
R Square	0.241		
Adjusted R Square	0.204		
F	6.544		
Sig	0.000		
<i>Dependent Var: Volunt. Disc</i>			

Source: Data Processing Results

These results indicate that the frequency of non executive board meetings has significant effect on voluntary disclosure. Firm size as a control variable significantly affect the company's voluntary disclosure. This can be seen by the t test results that firm size has probability value 0.000.

The proportion of public ownership beyond the managerial and institutional has no effect on voluntary disclosure. The results of the t test showed that the probability for the proportion of public ownership beyond the managerial and institutional is 0.543 greater than the probability of significance. Base on t test, it appears that the probability of an audit committee meeting frequency of 0.422 is greater than 0.05 indicates no effect on voluntary corporate disclosure.

The F test result provides evident that ownership structure and activities of boards have impact on the disclosure. Sig F test is 0.000 smaller than 0.05.

Discussion

The frequency of executive board meetings has a significant effect on voluntary disclosure means that the board has to maximize its role in protecting the rights of shareholders is to provide full information to shareholders (H2 is supported). The meetings of the executive board has made addressing the issues that will affect the shareholders so that management can be expected to avoid the demands of shareholders, one of which related to transparency of information (Gantyowati and Dewi, 2011). The test results are consistent with studies Kanagaretnam et al (2007), Gantyowati and Dewi (2011).

The frequency of non executive board meetings effect on voluntary disclosure because the non executive board has effectively carry out its duties in overseeing the performance of corporate management, especially in terms of disclosure (H3 is supported). Non executive board meetings are conducted focusing on the transparency of corporate information disclosed. This can prevent the emergence of private information that harms the shareholders. The study is in line with Kanagaretnam et al (2007), Gantyowati and Dewi (2011).

The results showed that the size affect the company's voluntary disclosure. These results are consistent with research Kanagaretnam et al (2007), King et al (1992). According Chowen et al (1987) in Sembiring (2005), large companies will not escape from the pressures from their stakeholders so that the demand for information has also increased. Large firms have greater disclosure as well.

The proportion of public ownership beyond the managerial and institutional does not affect voluntary disclosure (H1 is not supported). The proportion of public ownership beyond the managerial and institutional does not affect voluntary disclosure because the disclosure of public companies in Indonesia to disclose more information to the public due to concerns over the severe sanctions that will be received by the company if they violate the provisions required by the agency authority (Hapsoro, 2007). The proportion of public ownership beyond the managerial and institutional has not been able to encourage companies to voluntarily be more open in disclosing information that needs to be

submitted to the public. The results of this study support the research Hapsoro (2007) and Marwata (2006). However, these studies are inconsistent with Kanagaretnam et al (2007) and Aktaruddin et al (2009) which states that the proportion of public ownership has an influence on voluntary information.

The frequency of audit committee meetings has no effect on voluntary disclosure (H4 is not supported). It means that the frequency of audit committee meetings has not guaranteed the audit committee oversight functions properly and effectively, so do not affect the company's performance in this disclosure (Gantowati and Dewi, 2011). The study is in line with research Gantowati and Dewi (2011), but these studies are inconsistent with research Kanagaretnam et al (2007) and Xie et al (2003) which states that there is a positive relationship between the frequency of audit committee meetings with the disclosure of information.

CONCLUSION

This study aims to examine the effect of ownership structure and board activity on voluntary disclosure of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the period 2009-2010. Voluntary disclosure is measured by the index of voluntary disclosure of the items that come from research Akhtaruddin et al (2009) and have been adjusted to PSAK July 31, 2009 and BAPEPAM No: KEP-134/BL/2006, and coupled with the items Corporate Social Responsibility.

The independent variable is represented by the proportion of the ownership structure of public ownership beyond the managerial

and institutional, while the activity of the board is represented by the frequency of executive board meetings, the frequency of non executive board meeting, and the frequency of audit committee meetings. Control variables using the firm's size is represented by the logarithm of firm assets.

Based on the analysis, the results showed that the frequency of executive board meetings, the frequency of non executive board meeting, and firm's size affect the company's voluntary disclosure.

The proportion of public ownership and audit committee meeting frequency have no effect on voluntary disclosure. While the ownership structure, variables board activity, as well as firm size as control variables, taken together influence the voluntary disclosure.

The research was carried out with some limitations. First, the disclosure index scores were assessed by researcher interpretation themselves thus content subjective interpretation. Second, this study uses only four independent variables and one control variable. Third, this study uses only two-year study period. Fourth, the research scope was limited to manufacturing companies in Indonesia. Future studies should be able to reduce the problem of subjectivity in the judgment index score disclosures involving several researchers in assessing a company's annual report sample. Subsequent research has suggested to increase the number of other independent variables, add other type of industries and may extend the period of the study, so we get a lot of number of samples and the results can be more accurately.

REFERENCES

- Akhtaruddin, Mohamed, M. A. Hossain, Mahmud Hossain, dan Lee Yao (2009) *Corporate Governance and Voluntary Disclosure in Corporate Annual Reports of Malaysian Listed Firms*. JAMAR Vol.7.
- Arifin, Zainal (2004). *Solusi Masalah Agensi Perusahaan Publik di Indonesia: Pendekatan Game-Modeling dan Pendekatan Positif Empiris*. Jurnal Siasat Bisnis No.9, hal: 35-47.
- _____ dan Rachmawati (2006). *Pengaruh Corporate Governance terhadap Efektivitas Mekanisme Pengurang Masalah Agensi*. Jurnal Siasat Bisnis. Vol.11, No.3.
- Badan Pengawas Pasar Modal. *Surat Keputusan Ketua Bapepam No. Kep- 0 6 / PM/2000 yang berisi Peraturan Bapepam No. VIII.G.7 tentang P e d o m a n Penyajian Laporan Keuangan*.
- _____. *Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor Kep 2 4 / PM/2004 tentang tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan K e r j a Komite Audit*.
- _____. *Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor Kep- 1 3 4 / BL/2006 tentang Kewajiban penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik*.
- _____. *Surat Edaran Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor No.SE-02/PM/2002 tentang Pedoman Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Oleh Emiten Atau Perusahaan Publik Industri Manufaktur*.
- Barako, Dulacha G. (2007). *Determinant of voluntary disclosure in Kenyan companies annual reports*. African Journal of Bissiness Management, 1(5): 113-128.
- Benardi, Sutrisno, dan Assih. (2009). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan dan Implikasinya terhadap Asimetri Informasi Studi Pada Perusahaan-perusahaan Sektor Manufaktur Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XII Palembang.
- Brick, Ivan E., and Chidambaran, N.K. *Board Meetings, Committee Structure, a n d Firm Performance*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?SSRN_id=11082414. 17 November 2010.
- Bursa Efek Jakarta (2010). *Indonesian Capital Market Directory 2010*. Jakarta.
- Collier, Paul, and Alan Gregory (1999). *Audit Committee Activity and Agency Cost*. Journal of Accounting and Public Policy 18 (1999) 311-332.
- Conger, J, Finegold, D and Lawler III, E. (1998). *Appraising Boardroom Performance*. Harvard Business Review, 76, 136-148.
- Cooke, T. E. (1992). *The Impact of Size, Stock Market Listing and Industry Type on Disclosure in The Annual Reports of Japanese Listed Corporations*. Accounting and Business Research, 22 (87), 229-237.

- Corporate Governance Guidelines. (2007). http://www.ecgi.org/codes/documents/cg_guidelines_en.pdf. 2 Juni 2011.
- Eng, L. L. dan Mak Y. T. (2003). *Corporate Governance and Voluntary Disclosure*. Journal of Accounting and Public Policy, 22: 325-345.
- Fitriany. (2001). *Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela Pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi IV.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia. (2002). *Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance). The Roles of The Board Commissioners and The Audit Committee in Corporate Governance*. Jakarta: Yayasan Pendidikan Pasar Modal Indonesia dan Sinergy Communication.
- _____. (2005). *Corporate Governance in Indonesia*. <http://www.fcgi.or.id>. 2 Juni 2011.
- Gantiyowati, Evi dan Ayu S. K. Dewi. 2011. *Board Activity and The Decline of Information Asymmetry*. *Proceeding International Accounting Conference* Universitas Negeri Surabaya.
- Gantiyowati, Evi dan Irla Nurlinda. (2011). *Pengaruh Struktur Dewan terhadap Penurunan Asimetri Informasi di sekitar Pengumuman Laba Pada Periode Sebelum dan Selama Krisis Keuangan*. *Global. Proseding Seminar Nasional & Call of Paper* (2011). Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Ghozali, Imam. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiatives (GRI). (2006). *Sustainability reporting Guidelines*. Amsterdam. <http://www.globalreporting.org>. 2 Juni 2011.
- Hananto D. (2009). *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Tahunan*. Journal of Islamic Business and Economics, 3 : 21-54.
- Hapsoro, Dodi. (2007). *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Transparansi: Studi Empiris di Pasar Modal Indonesia*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 18 : 65-85.
- Healy PM., Palepu KG. (1993). *The Effects of Firms Disclosure Strategies on Stock Price*. Accounting Horizons, 7 (1): 1-11.
- Hendriksen, Eldon dan Michael F. Van Brenda. (2001). *Accounting Theory*. USA: Mc Graw Hill.
- Ho, Simon S. M. dan K. S. Wong. (2001). *A Study of the Relationship Between Corporate Governance Structures and the Extent of Voluntary Disclosure*. Journal of International Accounting Auditing and Taxation Vol.10: 139-156.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2009). *Standar Akuntansi Indonesia*. Jakarta:

Salemba Empat.

Jensen, Michael C. dan William Mecking. 1976. *Theory of the Firm, Managerial Behavior, Agency, and Ownership Structure*. Journal of Financial Economics 3 (4):305-360.

Kaihatu, Thomas S. (2006). *Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.8 No.1 Maret 2006.

Kanagaretnam, Kiridaran, Gerald J Lobo and Dennis J Whaen. (2007). *Does Corporate Governanace Reduce Information Assymetry Around Quarterly Earnings Announcements?*. Journal of Accounting and Public Policy 26: 497-522.

Khomsiyah. (2003). *Hubungan Corporate Governance dan Pengungkapan Informasi: Pengujian Secara Simultan*. Simposium Nasional Akuntansi VI. Surabaya.

Kieso E. Donald, Weygant J. Jerry dan Warfield D. Terry. (2007). *Akuntansi Intermediete*. Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.

King, Pownall, Waymire. (1992). *Corporate Disclosure and Price Discovery Associated with NYSE Temporary Trading Halts*. Contemporary Accounting Research 8 (2), 509-531.

Komite Nasional Kebijakan Governance. (2006). *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance.

Marwata. (2006). *Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi IV IAI-KAPd: 155-173.

Meek, G. C., Roberts, B. and Gray, J. (1995). *Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and Continental European multinational corporations*. Journal of International Business Studies, 26 (3), 555-572.

OECD. (1999). *OECD Priniples of Corporate Governance*. <http://www.oecd.org/daf/governance/principle.htm>. 2 Juni 2011.

Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business, a Skill Building Approach*. 4th ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Sembiring, (2003). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII.

Sundjaja, Ridwan dan Inge Barlian. (2003). *Manajemen Keuangan 2 Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.

Suripto, Bambang. (1998). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi II.

- Susanto, Djoko. (1992). *An Empirical Investigation of The Extent of Corporate Disclosure in Annual Report Companies Listed on the Jakarta Stock Exchange*. PhD Dissertation University of Arkansas USA.
- Syakhroza, Akhmad. (2000). *Bagaimana mengukur kinerja terciptanya Good Corporate Governance*. Majalah Usahawan Indonesia No.10 Th. XXIX.
- Tanor, linda. A. O. (2009). *Pentingnya Pengungkapan Laporan Keuangan dalam Meminimalisasi Asimetri Informasi*. Jurnal FORMAS2 (4): 287-29.
- Ujiyanto, M.A. dan Bambang A. Pramuka. (2007). *Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan*. Simposium Nasional Akuntansi X Makassar.
- Wahyudi, U., dan H.P. Pawestri. (2006). *Implikasi Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Xie, Wallace, Davidson, Dadalt. (2003). *Earning Management and Corporate Governance: The Role of The Board and The Audit Committee*. Journal of Corporate Finance 9 (2003) 295-316.
- Yuen, Liu, Zang, dan Lu. (2009). *A Case Study of Voluntary Disclosure by Chinese Enterprise*. Asian Journal & Accounting Vol.1, Nomor 2: E6.
- Yularto, A. dan A. Chariri. (2003). *Analisis Luas Perbandingan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta Sebelum Krisis dan Pada Periode Krisis*. Jurnal Maksi vol.2, pp. 35-51.
- Zeghal, Daniel dan Michael Maingot. (2008). *An Analysis of Corporate Governance Information Disclosure by Canadian Banks*. Corporate Ownership and Control Volume 5 (2).
- <http://www.idx.co.id>
- Situs resmi masing-masing perusahaan.

Bank Syariah Di Indonesia: Ketaatan Pada Prinsip-Prinsip Syariah Dan Kesehatan Finansial

Falikhatun

Yasmin Umar Assegaf

Fakultas Ekonomi UNS

Abstract

The objective of this paper is to examine the sharia principles implementation on the financial health in syariah banking in Indonesia. The study used 36 annual reports of listed companies on the website of syariah banking in Indonesia from 2007 – 2010. Sample was selected using purposive sampling method. While multiple regression analysis was used to test the hypotheses developed in this research. The result found that sharia principles (Islamic investment Ratio, Profit sharing Financing ratio, Islamic Income ratio and Director's – Employee Welfare Ratio) are positive significant to financial health. The contribution of this study is provided additional suggestion for regulator dan Islamic banking participant as the mechanism of hablum minnallah wa hablum minanaas.

Keywords: sharia principles, financial health, banking

PENDAHULUAN

Wacana ekonomi Islam diawali dengan konsep ekonomi dan bisnis *nonribawi* (larangan praktik riba) sebagai pengganti sistem ekonomi konvensional yang berdasarkan sistem bunga, sehingga dibentuklah lembaga keuangan pedesaan dengan nama *Bank Mit Ghamr* yang diprakarsai oleh Dr. Ahmad Najjar pada tahun 1963 (Karim, 2007). Ekperimen itu sangat berhasil, baik dalam penghimpunan modal dari masyarakat berupa tabungan, uang titipan dari zakat, infaq dan shadaqah, maupun dalam memberikan modal kepada masyarakat berpendapatan rendah, khususnya di bidang pertanian sampai tahun 1967 (Ready, 1981 dalam Suyanto, 2006).

Selanjutnya perkembangan perbankan Islam semakin besar dengan didirikannya *Islamic Development Bank* (IDB) pada

tahun 1975 yang berpusat di Jeddah yang kemudian memicu berdirinya bank-bank Islam di seluruh dunia termasuk di kawasan Eropa. Di Timur Tengah bank-bank Islam bermunculan seperti *Dubai Islmic Bank* (1975), dan *Kuwait Finance House* (1977). Di Asia Tenggara, perkembangan perbankan Islam terjadi pada awal tahun 1983 dengan berdirinya *Bank Islam Malaysia Berhad* (BIMB) yang disusul dengan berdirinya bank Islam pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia tahun 1993 (Karim, 2007).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat pasca disahkannya Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Volume usaha perbankan syariah dalam kurun waktu satu tahun terakhir, khususnya Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), mengalami pertumbuhan yang

sangat pesat. Total aset per Oktober 2011 telah mencapai Rp127,19 triliun atau meningkat sebesar 48,10% dan merupakan pertumbuhan tertinggi sepanjang 3 tahun terakhir dan ditambah aset BPRS sebesar Rp3,35 triliun, menjadikan total aset perbankan syariah per Oktober 2011 telah mencapai Rp130,5 triliun. Tingginya pertumbuhan aset tersebut tidak lepas dari tingginya pertumbuhan dana pihak ketiga pada sisi pasiva dan pertumbuhan penyaluran dana pada sisi aktiva (lihat Tabel 1).

Tabel 1
Perkembangan Aset, DPK, dan Penyaluran Dana
BUS dan UUS

	Okt-10	Okt-11	(Rp Triliun)	
			Growth	
			Nominal	(%)
Aset	85,85	127,19	41,34	48,10
DPK	66,48	101,57	35,09	52,79
Penyaluran Dana	83,81	122,73	38,92	46,43

Sumber: Outlook Perbankan Syariah 2012

Tantangan utama bank syariah saat ini di antaranya adalah bagaimana mewujudkan kepercayaan dari para *stakeholder*. Selama ini *marketshare* perbankan syariah Indonesia hanya sebesar 3,8% dari seluruh pasar perbankan nasional, sehingga harus dilakukan berbagai macam terobosan untuk meningkatkan loyalitas nasabah dengan tetap memegang prinsip-prinsip syariah.

Riset yang terkait dengan implementasi prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Khan dan Mirachor (1990) dalam Suyanto (2006) terhadap bank-bank Islam di Pakistan dan Iran menyimpulkan bahwa bank berdasarkan prinsip syariah tidak menyebabkan sistem keuangan runtuh atau mengkhawatirkan. Selanjutnya Samad dan

Hasan (1999) meneliti tentang kinerja *Bank Islam Malaysia Berhad* (BIMB) antara tahun 1984-1997 dengan menggunakan rasio profitabilitas, likuiditas, risiko, solvabilitas, dan komitmen terhadap masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan BIMB relatif lebih likuid dan kurang berisiko dibandingkan dengan 8 bank konvensional di Malaysia. Sarker (1999) melakukan studi terhadap perbankan syariah di Bangladesh yang berkaitan dengan kinerja, kendala dan prospek bank Islam. Hasil studi ini menyimpulkan bahwa bank dengan model *Profit and Loss Sharing* (PLS) sangat kondusif dengan perkembangan ekonomi, mempunyai peluang yang lebih baik untuk bekerja sebagai sebuah sistem, walaupun belum dapat bekerja dengan efisiensi penuh dibandingkan dengan bank konvensional.

Ibrahim et.al. (2003) menyajikan beberapa alternatif pengukuran kinerja dan laporan yang digunakan dalam bank Islam sesuai dengan tujuan pendiriannya, yaitu sosio ekonomi yang berkeadilan dengan membandingkan antara *Bahrain Islamic Bank* dengan *Bank Islam Malaysia Berhad*. Penelitian ini menggunakan *Islamicity Disclosure Index* (IDI) dengan tiga indikator utama yaitu indikator ketaatan terhadap syariah, indikator *corporate governance* dan indikator sosial / lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja *Bahrain Islamic Bank* lebih baik daripada *Bank Islam Malaysia Berhad* (BIMB).

Selanjutnya Suyanto (2006) melakukan studi pelaksanaan prinsip syariah terhadap kinerja dan kesejahteraan masyarakat dalam lingkungan kegiatan bank syariah di Indonesia selama periode 2002-2005. Hasil studi ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan

prinsip syariah berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bank syariah dan kesejahteraan masyarakat di lingkungan kegiatan bank syariah. Kusumo (2008) melakukan penilaian kinerja keuangan terhadap Bank Syariah Mandiri (BSM) periode 2002 – 2007 menggunakan rasio CAEL yang menyimpulkan bahwa kinerja keuangan BSM sangat bagus. Adapun Setiawan (2009) melakukan studi tentang kesehatan finansial dan kinerja sosial bank umum syariah di Indonesia. Hasil studi menyimpulkan secara keseluruhan dalam periode 2003 – 2007, kesehatan finansial Bank Muamalat Indonesia (BMI) lebih baik daripada Bank Syariah Mandiri (BSM), sedangkan kinerja sosial BSM lebih baik daripada BMI.

Kupussamy et.al (2010) melakukan penelitian terhadap kinerja bank Islam di Malaysia, Bahrain, Kuwait, dan Jordan dengan menggunakan *Shari'a Conformity and Profitability (SCnP) model*. Hasil penelitian mereka menyimpulkan bahwa mayoritas bank Islam yang ada di Malaysia, Bahrain, Kuwait, dan Jordan memiliki profitabilitas yang tinggi dan tingkat ketaatan terhadap syariah yang baik. Selanjutnya Hasbi and Haruman (2011) melakukan investigasi terhadap konsep syariah Islam dan kinerja keuangan bank Syariah di Indonesia berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 9/1/PBI/2007 dengan simpulan bahwa bank Syariah di Indonesia mempunyai kinerja yang sangat baik ditinjau dari rasio CAMEL.

Penelitian ini menguji kembali dan mengembangkan indikator penelitian sebelumnya (Suyanto, 2006; Kuppussamy, 2010; Hasbi and Haruman, 2011) dengan

beberapa perbedaan: yaitu (1) menguji kembali indikator *Profit Sharing Financing Ratio* (Suyanto, 2006), dikarenakan munculnya BUS dan UUS baru yang merupakan *spin off* dari bank-bank konvensional, (2) menambah indikator prinsip-prinsip syariah yaitu *Directors-Employees Welfare Ratio (Averagedirectors' remuneration/Average employees' welfare)*. Sejauh penelusuran yang dilakukan peneliti, indikator ini baru ditulis dalam tataran konsep oleh Hameed, et.al. (2004) dan belum diimplementasikan pada BUS dan UUS di Indonesia, (3) menggunakan data laporan tahunan perbankan syariah tahun 2007 – 2010.

Hasil penelusuran penelitian di atas menjadikan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah implementasi prinsip-prinsip syariah (rasio investasi islami, rasio pembiayaan bagi hasil, rasio pendapatan islami, rasio kesejahteraan direksi-karyawan) berpengaruh terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori perbankan Islam mulai muncul setelah Qureshi (1946 dalam Suyanto, 2006) mengeluarkan buku dengan judul *Islam and the theory of interest*. Dalam bukunya Qureshi menjelaskan bank merupakan sebuah pelayanan sosial yang disponsori oleh pemerintah untuk keperluan pendidikan dan kesehatan, sehingga bank tidak akan membayar bunga kepada pemegang rekening atau mengambil bunga dari para peminjam. Qureshi juga menyatakan kemitraan antara bank dengan pengusaha sebagai sebuah alternatif yang

mungkin bisa dilakukan dengan bagi untung atau rugi bila mengalami kerugian. Algaoud and Lewis (2001) menyimpulkan bahwa tujuan utama perbankan dan keuangan Islam dari perspektif Islam mencakup: (1) penghapusan bunga dari semua transaksi keuangan dan pembaruan semua aktivitas bank agar sesuai dengan prinsip Islam; (2) distribusi pendapatan dan kekayaan yang wajar; dan (3) mencapai kemajuan pembangunan ekonomi.

Dusuki (2008) mengkategorikan tujuan *Islamic Bank* (IB) dari perspektif stakeholder antara lain memaksimalkan profit, kontribusi pada kesejahteraan social, mengurangi kemiskinan, mempromosikan proyek pembangunan berkesinambungan, meminimalkan biaya operasi, meningkatkan kualitas produk dan jasa, menyediakan produk financial yang layak dan kompetitif dan mempromosikan nilai nilai islam dan *way of life* melalui staf, klien dan masyarakat umum.

Implementasi prinsip-prinsip syariah dalam keuangan Islam meliputi pelarangan riba, pelarangan penipuan (*tadlis*), penghindaran spekulasi (*gharar*), pelarangan perjudian (*maysir*), investasi yang melibatkan babi, minuman keras dan pornografi. Pelarangan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan keadilan dalam transaksi bisnis (Rosly, 2004). Selanjutnya Chapra (2000) mengemukakan bank Islam harus didukung oleh nilai-nilai Islam yang sangat fundamental seperti berbagi risiko, hak dan kewajiban individu, hak milik, kesucian kontrak dan tanggungjawab pembangunan bangsa atau ummat.

Bashir (1999) menguji pengaruh ukuran

dan risiko perbankan syariah terhadap kinerja keuangan perbankan Islam di Sudan untuk periode 1979 – 1993. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perbankan (diproksikan dengan *total asset*) berpengaruh terhadap profitabilitas perbankan syariah di Sudan, dan ukuran perusahaan juga berpengaruh tetapi dengan arah negatif terhadap risiko perbankan syariah. Artinya semakin besar total asset yang dimiliki oleh perbankan syariah, maka risiko yang dihadapi semakin kecil.

Kesehatan Finansial:

Kualitas Aktiva Produktif (KAP)

Net Profit Margin (NOM)

Rasio Efisiensi Kegiatan Operasional (REO)

Short Term Mismatch (STM)

Prinsip-prinsip Syariah:

Rasio Investasi Islami (IIR)

Rasio Pembiayaan Bagi Hasil (PFR)

Rasio Pendapatan Islami (Is IR)

Rasio Kesejahteraan Direksi – Karyawan (DEWR)

Dar and Presley (2000) melakukan studi tentang kekurangan *Profit and Loss Sharing* (PLS) pada PT. Bank Muamalat Indonesia (PT. BMI). Ketidak-seimbangan antara hak-hak manajemen dan kontrol menjadi penyebab terbesar dari kekuarangan PLS dalam praktek keuangan Islam. Selanjutnya studi ini menyarankan untuk mengembangkan modal ventura dalam perbankan Islam, tanpa adanya kekhawatiran dari sistem yang runtuk atau melarang pengembangannya.

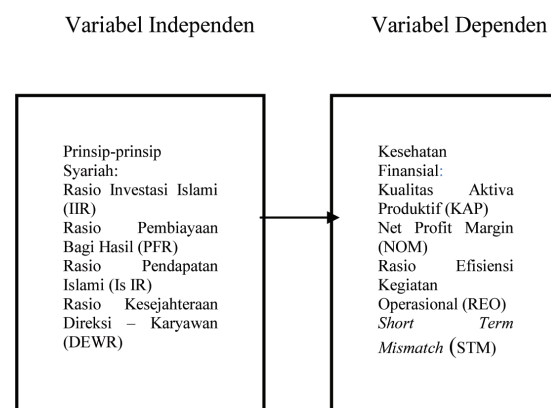
Selanjutnya Ibrahim et.al. (2003) menyajikan beberapa alternatif pengukuran kinerja dan laporan yang digunakan dalam

bank Islam yang menggunakan *Islamicity Disclosure Index* (IDI) dengan tiga indikator utama yaitu indikator ketaatan terhadap syariah, indikator *corporate governance* dan indikator sosial / lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja *Bahrain Islamic Bank* lebih baik daripada Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). Indikator yang digunakan untuk mengukur ketaatan terhadap prinsip-prinsip syariah adalah rasio bagi hasil, rasio investasi islami, rasio gaji karyawan dengan direktur, rasio pendapatan islami dan rasio zakat.

Suyanto (2006) melakukan studi pelaksanaan prinsip syariah terhadap kinerja dan kesejahteraan masyarakat dalam lingkungan kegiatan bank syariah di Indonesia selama periode 2002-2005. Hasil studi ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan prinsip syariah ber-pengaruh positif signifikan terhadap kinerja bank syariah dan kesejahteraan masyarakat di lingkungan kegiatan bank syariah.

Hamid and Azmi (2011) menguji kinerja keuangan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) yang berbasis syariah dengan beberapa bank konvensional di Malaysia yang berbasis bunga antara tahun 2000 - 2009. Kinerja keuangan diukur dengan dengan beberapa kriteria yaitu profitabilitas, likuiditas, risiko dan solvabilitas, dan keterlibatan masyarakat terhadap bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BIMB lebih likuid dan kurang berisiko dibandingkan bank konvensional di Malaysia. Selanjutnya penelitian ini juga menyimpulkan pembiayaan mudharabah dan musyarakah merupakan pembiayaan yang tinggi di antara jenis pembiayaan yang lain di BIMB, sehingga hipotesis

yang diajukan dalam penelitian ini adalah implementasi prinsip-prinsip syariah berpengaruh positif signifikan terhadap kesehatan finansial (kualitas aktiva produktif, *net operating margin*, rasio efisiensi kegiatan operasional, *short term mismatch*) perbankan syariah di Indonesia. Adapun rerangka konseptual penelitian ini adalah:



Gambar 1 Rerangka konseptual

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang ada di Indonesia. Adapun yang menjadi sampel adalah seluruh Bank Umum Syariah dan Unit usaha Syariah dari Bank Devisa yang telah ada di Indonesia sejak tahun 2002 dan menerbitkan Laporan Keuangan antara tahun 2007 – 2010.

Adapun data yang dibutuhkan adalah: (1) data tentang implementasi prinsip-prinsip syariah yaitu tingkat ketaatan Bank Syariah terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, (2) data tentang

kesehatan finansial yaitu penilaian prestasi yang dicapai atas investasi modal yang digunakan dalam operasional bank syariah pada periode tertentu sesuai dengan standar Bank Indonesia.

Data-data tersebut diperoleh dari industri perbankan dan Bank Indonesia, Biro Pusat Statistik, instansi terkait yang relevan, dan laporan keuangan publikasian yang dikumpulkan dari internet dengan alamat <http://www.banksyariah.co.id>.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kesehatan finansial yang diukur dengan menjumlahkan seluruh rasio keuangan yang terdiri dari Kualitas Aktiva Produktif (KAP): Aktiva Produktif yang diklasifikasikan *Non health* (APYD) / Total Aktiva Produktif, *Net Operating Margin* (NOM): Laba Bersih / Pendapatan operasional, Rasio Efisiensi Kegiatan Operasional (REO); Biaya Operasional / Pendapatan Operasional dan *Short Term Mismatch* (STM): Aset Jangka Pendek / Kewajiban Jangka Pendek yang sebelumnya telah diberi bobot dengan nilai tertentu. Proksi untuk mengukur variabel ini mengacu pada Peraturan Bank Indonesia No. 9/1/PBI/2007.

Selanjutnya variabel independen penelitian ini adalah implementasi prinsip-prinsip syariah yang diukur dengan tingkat ketaatan bank syariah terhadap pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana bank syariah, dan diproksikan dengan: *Islamic Investment Ratio* (IIR): Investasi Islami/Total Investasi; *Profit Sharing Financing Ratio* (PFR): Pembiayaan Mudharabah - Pembiayaan Musyarakah / total pembiayaan; *Islamic*

Income Ratio (Is IR): Pendapatan investasi islami / total pendapatan, dan *Director's – Employee Welfare Ratio* (DEWR): Total Gaji direksi / Total Gaji karyawan. Proksi untuk mengukur variabel ini mengacu pada penelitian Hameed et.al. (2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada 5 BUS dan 8 UUS untuk periode 2007 – 2010 dengan total sampel yang bisa diolah setelah melalui seleksi *purposive sampling* sebanyak 34 sampel laporan keuangan publikasian. Berikut statistik deskriptif untuk masing-masing sampel:

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
IIR	34	0,109	0,159	0,105	0,009
PFR	34	0,054	0,036	0,029	0,013
Is IR	34	0,060	0,486	0,075	0,007
DEWR	34	0,696	0,854	0,783	0,049
Kes. Finans	34	87,96	97,18	78,63	6,15

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Selanjutnya setelah dilakukan uji asumsi klasik dan memenuhi syarat, data diolah dengan menggunakan Regresi Linier Berganda. Adapun persamaan regresinya adalah:

$$KF = \beta_0 + \beta_1 \text{IIR} + \beta_2 \text{PFR} + \beta_3 \text{Is IR} + \beta_4 \text{DEWR} + \epsilon_i$$

Notasi:

- KF = Kesehatan Finansial,
 IIR = *Islamic Investment Ratio*,
 PFR = *Profit Sharing Financing Ratio*,
 Is IR = *Islamic Income Ratio*,
 DEWR = *Director's – Employee Welfare Ratio*,
 β_0 = *intercept*,
 β_1, β_4 = koefisien regresi, dan
 ϵ = *error*.

Hasil pengujian hipotesis dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Implementasi Prinsip-prinsip Syariah
terhadap Kesehatan Finansial

Variabel	B	T	p
IIS	0,376	1,866	0,035*
PFR	0,602	1,512	0,062**
Is IR	0,476	1,385	0,047*
DEWR	0,801	2,317	0,044*
Constant	-201251		
Adjusted R Square (R2)	0,279		
F	3,891		
P	0,008*		
* Signifikan pada $\alpha = 0,05$			
** Signifikan pada $\alpha = 0.10$			

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Hipotesis 1a bertujuan untuk menguji pengaruh investasi islami yang diproksikan dengan IIR terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Hasil regresi menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,376 dengan *p-value* sebesar 0,035. Pengujian tersebut memberikan hasil positif signifikan sehingga dapat dinyatakan bahwa IIR berpengaruh positif signifikan terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Hasil uji hipotesis ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yaitu Ibrahim et.al. (2003) dan Suyanto (2006) yang menyatakan bahwa pelaksanaan prinsip-prinsip syariah akan meningkatkan kinerja keuangan perbankan syariah.

Hipotesis 1b bertujuan untuk menguji pengaruh *profit sharing Financing* terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Nilai koefisien regresi menunjukkan angka sebesar 0,602 dengan *p-value* sebesar 0,062. Pengujian hipotesis

di atas menunjukkan nilai positif yang berarti semakin tinggi rasio pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang diluncurkan kepada masyarakat semakin tinggi kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Selanjutnya uji hipotesis ini juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *profit sharing Financing* terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian Rosly (2004) yang menyatakan bahwa pelaksanaan prinsip syariah berpengaruh terhadap kinerja. Selanjutnya hasil penelitian ini mematahkan apa yang dikatakan Homoud (1986) dalam Suyanto (2006) yang mengemukakan bahwa rendahnya standar moral masyarakat Muslim tidak memungkinkan penggunaan *profit loss sharing* (*mudharabah* dan *Musyarakah*) dalam skala yang luas sebagai mekanisme dalam investasi.

Hipotesis 1c bertujuan untuk menguji pengaruh *Islamic Income ratio* terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Hasil uji hipotesis menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,476 dengan *p-value* sebesar 0,047. Pengujian memberikan hasil positif signifikan sehingga dapat dinyatakan bahwa *Islamic Income ratio tangibility* berpengaruh terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Kupusammy et.al. (2010) yang menemukan bahwa mayoritas bank Islam yang ada di Malaysia, Bahrain, Kuwait dan Jordan memiliki profitabilitas yang lebih tinggi dan ketaatan terhadap syariah lebih baik. Selanjutnya hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Hamid

dan Azmi (2011) yang membuktikan bahwa BIMB yang menerapkan prinsip-prinsip syariah lebih likuid dan kurang berisiko dibandingkan dengan bank-bank konvensional di Malaysia.

Hipotesis 1d bertujuan untuk menguji pengaruh *Director's – Employee Welfare Ratio* terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Uji hipotesis menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,801 dengan *p-value* sebesar 0,044. Pengujian memberikan hasil positif signifikan sehingga dapat dinyatakan bahwa *Director's – Employee Welfare Ratio* berpengaruh terhadap kesehatan finansial perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Ibrahim et.al. (2003) yang mengungkapkan bahwa ketaatan terhadap syariah menunjukkan kinerja yang lebih baik.

PENUTUP / SIMPULAN

Secara keseluruhan hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa implementasi prinsip-prinsip syariah berpengaruh terhadap kesehatan finansial pada perbankan syariah di Indonesia. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis untuk masing-masing proksi dari implementasi prinsip-prinsip syariah terhadap kesehatan finansial menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *Islamic Investment Ratio*, *Profit sharing Financing ratio*, *Islamic Income ratio* dan *Director's – Employee Welfare Ratio* terhadap kesehatan finansial pada perbankan syariah.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa perbankan syariah yang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip

syariah dapat meningkatkan kesehatan finansialnya dan tidak menyebabkan sistem keuangan mengkhawatirkan atau bahkan bangkrut (*taflis*), sehingga perbankan syariah akan memiliki citra positif di masyarakat pada umumnya, dan khususnya kalangan bisnis karena perbankan syariah selain memperhatikan kepentingan *shareholder*, juga kepentingan *stakeholder* serta masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini merekomendasikan agar praktisi perbankan syariah seharusnya mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah sebagai suatu kewajiban syar'i dalam rangka *hablum minallah wa hanlum minannas*, tidak hanya karena kewajiban regulasi semata.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kesehatan finansial perbankan syariah seperti penerapan *Islamic corporate governance*, menambah sampel penelitian dan memperpanjang periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Algaoud, Lativa M and Lewis, Mervyn K. 2001. *Islamic Banking*. Islamic Edward Elgar, Massachusetts.
- Bashir, Abdel Hameed M. 1999. Risk and Profitability Measures in Islamic Bank: The Case of Two Sudanese Banks. *Islamic Economic Studies*, Vol. 6, No. 2.
- Bank Indonesia. 2007. *Peraturan Bank Indonesia No. 9/1/PBI/2007 tentang Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.

- Bank Indonesia. 2007. *Peraturan Bank Indonesia No. 9/9/PBI/2007 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. 2007. *Surat Edaran No. 9/24/DPbSPerihalSistemPenilaianTingkat Kesehatan Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Dar, Humayon A. and Presly, John R. 2000. Lack of Profit Loss Sharing in Islamic Banking: Management and Control Imbalance. *International Journal of Islamic Financial Service*, Vol. 2, No. 2, pp.9 – 21.
- Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia. 2011. *Outlook Perbankan Syariah Indonesia 2012*. www.bi.go.id.
- Dusuki, A. Wajdi. 2008. Understanding the Objective of Islamic Bank: A survey of Stakeholders Perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. Vol. 1, No. 2, pp. 132 – 148.
- Hamid, Mohammad Abdul and Shaza Marina Azmi. 2011. The Health of Banking during 2000 – 2009 Bank Islam Malaysia Berhad and Conventional Banking in Malaysia. *International Journal of Economic and Managament Science*, Vol. 1. No. 1, pp. 9 -19.
- Hameed, Shalul. 2004. Alternative Disclosure and Health for Islamic Banking. *Procceding of the Second Conference on Administrative Science, Meeting the Challenges of the Globalization Age*, Dahrnan, Saudi Arabia.
- Hasbi, Hariandy and Tendi Haruman. 2011. Banking: According to Islamic Sharia Concepts and Its Health in Indonesia. *International Review of Business Research Papers*, Vol. 7, No. 1, pp. 60-76.
- Ibrahim, Wirman, Alrazi, Nor, and Pramono. 2004. *Alternative Disclosure and Health Measure for Islamic Bank*. International Islamic University Malaysia.
- Karim, Adiwarman A. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Penerbit: PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Kuppusamy, Mudiarasan., Ali Salma Saleh, and Ananda Samudhram. 2010. Measurement of Islamic Banks Health using Shari'a Conformity and Profitability Model. *International Association for Islamic Economics. Review of Islamic Economics*. Vol. 13, No. 2, pp. 35 – 48.
- Kusumo, Yunanto Adi. 2008. Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Mandiri periode 2002 – 2007 (dengan Pendekatan PBI No. 9/1/PBI/2007). *La_Riba, Jurnal Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia*, Vol. 11, No. 1. Hal. 109 – 131.
- Rosly, Saiful Azhar. 2004. The Inseparable Shari' and Tabi' Principle in Business Strategy. *Dinar Standard Business for Muslim World*. Vol. 3.
- Samad, Abdus and Hassan M. Kabir. 1999. The Health of Malaysian Islamic Banking 1984 – 1997, Explanatory Study. *International Journal of Islamic Finance Service*, Vol. 1, No. 3. Oktober- Desember.
- Sarker, Abdul Awwal. 1999. Islamic

Banking in Bangladesh: Health, Problems and Prospect. *International Journal of Islamic Finance Service*, Vol. 1, No. 3. Oktober- Desember.

www.bankbris.co.id

www.megasyariah.co.id

www.muamalatindonesia.co.id

Setiawan, Azis Budi. 2009. Kesehatan Finansial dan Kinerja Sosial Bank Umum Syariah di Indonesia. *Seminar Ilmiah: Kerjasama Magister Sains Keuangan: Universitas Paramadhina, Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Pusat, dan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES)*.

www.syariahmandiri.co.id

www.cimbniagasyariah.co.id

www.bankbiis.co.id

www.bankbtnsyariah.co.id

Suyanto, M. 2006. Pengaruh Pelaksanaan Prinsip Syariah terhadap Kinerja dan Kesejahteraan Masyarakat dalam Lingkungan Kegiatan Bank Syariah di Indonesia. *OPTIMAL*, Vol. 4, No. 1, hal. 23 – 49.

www.bankbcasyariah.co.id

www.bankpermatasyariah.co.id

www.bankbukopinsyariah.co.id

www.bankbnis.co.id

www.bankdanamonsyariah.co.id

www.bankpaninsyariah.co.id

Bank Syariah Di Indonesia: *Corporate Governance* Dan Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Islami (*Islamic Social Responsibility Disclosure*)

Yasmin Umar Assegaf

Falikhatun

Salamah Wahyuni

Fakultas Ekonomi dan Pusat Studi Ekonomi Islam UNS

Abstract

The objective of this research is to provide empirical evidence of the effect of corporate governance on Islamic Social Responsibility Disclosure in syariah banking Indonesia. This research examines the influence of corporate governance (broad size, cross-directorship, managerial ownership, and ownership diffusion) as independent variables, and Islamic Social Responsibility (ISR) Disclosure as the dependent variable. This research used 32 annual reports of listed companies on the website of syariah banking in Indonesia from 2007–2010. Sample was selected using purposive sampling method. Disclosure of Islamic Social responsibility is measured by content analysis method. While multiple regression analysis was used to test the four hypotheses developed in this research. The result found that broad size is a significant variable and positive effect on the volume of the disclosure of Islamic Social responsibility, and managerial ownership is negative significant on the variation of the disclosure of Islamic Social responsibility, while cross-directorship and ownership diffusion do not affect the Islamic Social responsibility disclosure (volume or variation). The contribution of this research is provided additional knowledge for regulator, investments analysts and capital market participant as the mechanism of islamic corporate governance on Syariah Banking in Indonesia.

Keywords: *broad size, cross-directorship, managerial ownership, ownership diffusion, Islamic social responsibility disclosure, Syariah Banking*

PENDAHULUAN

Dalam perspektif Islam, transparansi merupakan salah satu amanah yang menuntut organisasi untuk melakukan pengungkapan, baik yang bersifat wajib (*mandatory*) maupun sukarela (*voluntary*). Pengungkapan yang bersifat sukarela bergantung kepada keputusan manajemen untuk memasukkan atau tidak memasukkan informasi tambahannya ke dalam laporan keuangan (Zhou dan Panbuyuen, 2008). Salah satu bagian dari pengungkapan

sukarela adalah pengungkapan pertanggungjawaban sosial Islami bagi perbankan Syariah (Baydoun and Willet, 2000; Haniffa, 2002).

Keputusan manajemen ini sangat terkait dengan *agency theory* yang merupakan landasan teori dari implementasi *Corporate Governance*. *Corporate governance* pada dasarnya menyangkut masalah pengendalian perilaku para eksekutif puncak perusahaan untuk melindungi kepentingan pemilik

perusahaan (pemegang saham). Masalah ini muncul karena adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengelola perusahaan. Pemilik sebagai pemasok modal perusahaan mendelegasikan kewenangan atas pengelolaan perusahaan kepada *profesional managers*. Akibatnya kewenangan untuk menggunakan *resources* perusahaan sepenuhnya ada di tangan para eksekutif. Pemegang saham mengharapkan manajemen bertindak secara profesional dalam mengelola perusahaan. Setiap keputusan yang diambil seharusnya didasarkan pada kepentingan pemegang saham dan *resources* yang ada digunakan semata-mata untuk kepentingan pertumbuhan (nilai) perusahaan. Meskipun demikian, yang sering terjadi adalah bahwa keputusan yang diambil oleh manajemen tidak semata-mata untuk kepentingan perusahaan tetapi juga untuk kepentingan para eksekutif, sehingga muncul konflik kepentingan termasuk dalam pengungkapan informasi yang terkait dengan CSR.

Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Walaupun secara umum praktek CSR lebih banyak dilakukan oleh perusahaan tambang maupun manufaktur, namun, seiring dengan adanya tren global akan praktik CSR, saat ini industri perbankan juga telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Pengungkapan tersebut tidak hanya dilakukan oleh perbankan konvensional tetapi juga dilakukan oleh perbankan syariah (Fitria dan Hartanti, 2010).

Di Indonesia perbankan syariah tercatat

tumbuh dengan signifikan dengan pertumbuhan sebesar 48,8% lebih tinggi dibandingkan bank konvensional yang hanya tumbuh 20% untuk tahun 2011, namun dibandingkan perbankan konvensional pangsa pasar perbankan syariah masih relatif kecil ukurannya yaitu sebesar 3,47% (*Outlook Perbankan Syariah* 2012). Akan tetapi prospek industri syariah ini di masa datang diyakini akan semakin bagus dan patut diperhitungkan..

Mengenai praktek CSR di lembaga perbankan syariah, menurut Ahmad (2002, dalam Fitria dan Hartanti, 2010), lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah, sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. CSR dalam perbankan syariah harus diyakini dan dipahami sebagai bagian integral dalam memenuhi konsistensi terhadap prinsip-prinsip syariah operasional perbankan syariah, sehingga program-program CSR tidak sekedar tebar pesona atau hanya karena kewajiban yang diamanahkan undang-undang saja. Program CRS Islami harus benar-benar menyentuh kebutuhan asasi masyarakat untuk pemberdayaan ekonomi ke arah yang lebih baik (Yusuf, 2010). Dasar filosofi tersebut bersifat religius, sehingga harus diyakini bahwa hubungan yang terjalin dengan masyarakat (*stakeholder*) akan lebih bersifat berkelanjutan dibandingkan pola CSR konvensional.

Beberapa studi yang terkait dengan implemnatasi CSR pada bank Islam antara lain, Farook dan Lanis (2005) menyelidiki tentang pelaksanaan CSR bank syariah

dalam Laporan tahunan dan menilai faktor-faktor penting dalam pelaksanaan CSR yang mungkin ada. Selanjutnya Dusuki dan Dar (2005) menilai persepsi *stakeholders* bank syariah terhadap CSR di Malaysia. Sairally (2005) melakukan identifikasi tanggungjawab social bank Islam masuk dalam tujuan, praktik dan komitmen bank sehingga member sumbangan bagi kesejahteraan manusia. Maali, et.al. (2006) membuat standar bagi transparasi laporan CSR bagi bank syariah dalam Islam Islam yang meliputi tanggungjawab, keadilan dan kepemilikan. Selanjutnya Farook (2007) menguji prinsip-prinsip CSR untuk dijadikan kerangka dalam pelaksanaan CSR pada institusi keuangan Islam.

Selanjutnya Otman, et.al (2009) menguji karakteristik perbankan syariah terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social Islami (ISR). Hasil riset tersebut menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komposisi dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social islami perbankan Islam di Malaysia.

Fitria dan Hartanti (2010) melakukan perbandingan pengungkapan pertanggungjawaban social Islami dengan menggunakan *Global Reporting Initiative Indeks* dan *Islamic Social Reporting Indeks*. Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan pertanggungjawaban social Islami dengan *Global Reporting Initiative Indeks* memiliki skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan *Islamic Social Reporting Indeks* pada perbankan syariah di Indonesia. Terakhir kajian yang dilakukan Yusuf and Bahari (2011) meneliti tentang pertanggungjawaban social Islami menuju

pengurangan kemiskinan pada perbankan syariah di Indonesia. Hasilnya perbankan syariah di Indonesia menganggap pertanggungjawaban social Islami masih merupakan *fardhu kifayah*, sehingga belum dapat digunakan untuk mengurangi kemiskinan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah implementasi *Corporate Governance* (*broad size, cross-directorship, managerial ownership* dan *ownership diffusion*) berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial Islami (*Islamic Social responsibility disclosure*) baik dilihat dari variasi maupun volume pengungkapan pada perbankan syariah di Indonesia?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Islam sebagai cara hidup memberikan panduan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan jamannya. Islam memungkinkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah, namun tidak dalam akidah, ibadah dan akhlaq (Kamali, 1989) dalam Fitria dan Hartanti (2010).

Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah, sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karenanya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat ketimbang dalam konsep konvensional, karena pada syariah didasarkan pada dasar-dasar religius.

Dalam Islam, manusia bertanggungjawab terhadap Allah dalam melaksanakan aktivitasnya dan segala aktivitas yang dilakukannya dalam rangka mencapai

Ridho-Nya. Dengan demikian, hubungan dan tanggungjawab antara manusia dengan Allah ini akan melahirkan kontrak religius (*hablum minallah*) yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial belaka (*hablum minanaas*).

Beberapa ayat Al Qur'an dan Al Hadits yang dapat dipersepsikan dengan konsep kejujuran termaktub antara lain surat Al Baqarah (2) : 282 dan Al Anfal (8) : 59, serta hadits Rasulullah yang diriwayatkan oleh Bukhari Muslim yang artinya: “Wajib atas kalian untuk jujur, sebab jujur itu akan membawa kebaikan, kebaikan akan menunjukkan jalan ke Jannah, begitu pula seseorang yang senantiasa jujur dan memeperhatikan kejujuran, sehingga akan termaktub di sisi Allah atas kejujurannya. Sebaliknya janganlah berdusta, sebab dusta akan mengarah pada kejahatan, dan kejahatan akan membawa ke Neraka. Seseorang yang senantiasa berdusta dan memperhatikan kedustaannya, sehingga tercatat di sisi Allah sebagai pendusta”.

Kejujuran merupakan hal yang sangat krusial dalam implementasi *Corporate Governance*, terutama pada perbankan syariah. Hal ini berarti setiap informasi yang disajikan di dalam Laporan Tahunan (Laporan Keuangan dan Catatan atas Laporan Keuangan) harus mencerminkan apa yang sebenarnya terjadi pada perbankan syariah. Oleh karena itu implementasi *Corporate Governance* akan mempengaruhi transparansi dalam pembuatan Laporan tahunan.

Selanjutnya penelitian ini menggunakan empat proksi *Corporate Governance* yang terdiri dari *board size*, *cross-directorship*,

managerial ownership dan *ownership diffusion*

Board size

Board size memegang peranan penting untuk mengurangi *earning management* (Zhou, 2004). Jumlah anggota dewan komisaris yang lebih banyak dengan berbagai macam latar belakang pendidikan dan keahlian menghasilkan kemampuan yang lebih baik dalam mendistribusikan beban kerja, meningkatkan kualitas pembuatan keputusan, meningkatkan kualitas kepentingan *stakeholder*, dan menghilangkan dominasi CEO (Zhou, 2004).

Jensen (1993) berpendapat bahwa ketika dewan komisaris terdiri dari tujuh atau delapan orang, maka mereka akan berfungsi kurang efektif dan lebih mudah dikendalikan oleh CEO. Fakta empiris menemukan bahwa ketika dewan komisaris dengan jumlah anggota sedikit, maka kualitas pengawasan akan lebih baik (Yermack, 1996), karena masalah keagenan akan meningkat sesuai dengan *board size* (Conger, et.al.(1998). Selanjutnya Yermack (1996) juga menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara *market value* dan jumlah anggota dewan komisaris.. Adapun Conger, et.al. (1998) menyatakan untuk menjadi *empowered board* dewan komisaris harus cukup kecil sehingga dapat menciptakan kelompok yang lebih kohesif. Oleh karena itu, hipotesis yang akan diuji adalah:

H1: Terdapat pengaruh negatif signifikan antara *board size* terhadap pengungkapan per-tanggungjawaban sosial Islami (baik pada variasi maupun volume pengungkapan)

Cross-directorship

Cross-directorship berarti dewan komisaris yang memangku kedudukan pada dua atau lebih perusahaan. Menurut Dahya et al. (1996) dalam Haniffa dan Cooke (2000), *cross-directorship* akan membuat informasi menjadi lebih transparan karena digunakan sebagai perbandingan dari pengetahuan organisasi lain.

Ketika kedudukan dewan komisaris hanya pada satu perusahaan (*unitary board*), maka tidak akan terjadi distribusi informasi yang diperlukan. Selanjutnya dewan komisaris tidak akan memperoleh informasi untuk mengevaluasi manajemen dan informasi dari organisasi lain yang dapat memberikan nilai tambah.

Hashim dan Devi (2007) menemukan hubungan positif signifikan antara proporsi dewan yang memiliki *cross-directorship* (*governance expertise*) dengan *earnings quality*. Gul dan Leung (2000) juga menemukan bahwa *independent director* yang berkualitas, dalam hal ini memiliki *cross-directorship*, mampu mengeliminasi pengaruh tidak signifikan antara *independent director* dengan pengungkapan *voluntary disclosure*. Penggunaan komisaris independen yang memiliki *cross-directorship* akan memberikan keyakinan yang lebih tinggi dalam pengungkapan *voluntary disclosure* (Tsui dan Gul, 2000). Hipotesis yang akan diuji adalah:

H2: Terdapat pengaruh positif signifikan antara *cross-directorship* dengan pengungkapan pertanggungjawaban sosial Islami (baik pada variasi maupun volume pengungkapan)

Managerial Ownership

Jensen dan Meckling (1976) berpendapat bahwa konflik dalam suatu perusahaan dapat terjadi karena adanya pemisahan antara pemegang saham dengan manajemen (*agency problem*). Dengan adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan memperkecil adanya konflik atau *agency problem* tersebut. Manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan.

Asosiasi negatif antara kepemilikan manajerial dan pengungkapan dapat terjadi karena dengan semakin besarnya kepemilikan manajerial (*Managerial Ownership*), monitoring yang dilakukan oleh pemegang saham telah dilakukan oleh manajemen sehingga manajemen tidak perlu banyak melakukan pengungkapan. Peminimalisasian pengungkapan tersebut merupakan bentuk pengurangan *agency cost* sebagai akibat adanya kepemilikan manajerial (Eng dan Mak, 2003). Mengacu pada hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

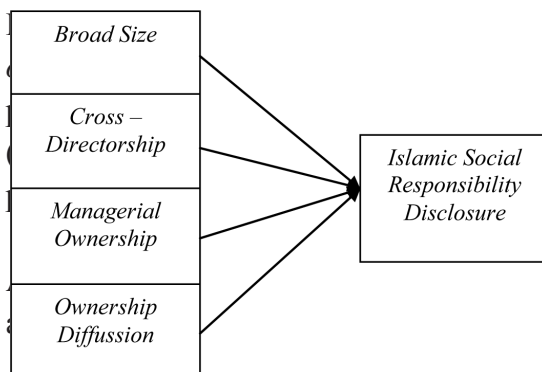
H3: Terdapat pengaruh negatif antara kepemilikan manajerial (*managerial ownership*) dengan pengungkapan pertanggungjawaban sosial Islami (baik pada variasi maupun volume pengungkapan)

Ownership diffusion

Agency cost meningkat ketika *ownership structure* menjadi lebih tersebar. Hal ini disebabkan perusahaan seperti itu merupakan subjek konflik kepentingan dibandingkan dengan perusahaan yang

memiliki *ownership structure* terkonsentrasi (Oliveira et al., 2008). Li, et.al. (2008) juga menggunakan proksi konsentrasi kepemilikan saham (*share concentration*) sebagai proksi untuk struktur kepemilikan. Struktur kepemilikan akan mempengaruhi tingkat monitoring dan pengungkapan sukarela (Eng and Mak, 2003).

Teori agensi berpendapat bahwa dengan difusi kepemilikan (*ownership diffusion*) yang lebih besar, perusahaan lebih mendapatkan tekanan dari pemegang saham untuk melakukan pengungkapan yang lebih besar dengan tujuan mengurangi *agency cost* dan asimetri informasi. Dengan demikian, perusahaan dengan *ownership diffusion* yang tinggi memiliki lebih banyak dorongan untuk mengungkapkan informasi sukarela, mengurangi *agency cost*. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dikembangkan di dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

METODA PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang ada di

Indonesia. Adapun yang menjadi sampel adalah seluruh Bank Umum Syariah dan Unit usaha Syariah dari Bank Devisa yang telah ada di Indonesia sejak tahun 2002 dan menerbitkan Laporan Keuangan antara tahun 2007 – 2010.

Selanjutnya data yang dibutuhkan adalah: (1) data tentang implementasi CG yaitu alat untuk menjamin direksi dan manajer (*insider*) agar bertindak yang terbaik untuk kepentingan investor luar (kreditur atau *shareholder*), (2) data tentang pengungkapan pertanggungjawaban social Islami yaitu pengungkapan yang terkait identifikasi tanggungjawab social bank Islam masuk dalam tujuan, praktik dan komitmen bank sehingga memberi sumbangan bagi kesejahteraan manusia.

Data-data tersebut diperoleh dari industri perbankan dan Bank Indonesia, Biro Pusat Statistik, instansi terkait yang relevan, dan laporan keuangan publikasian yang dikumpulkan dari internet dengan alamat: <http://www.banksyariah.co.id>.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian meliputi variabel independen yaitu implementasi prinsip-prinsip CG dan variabel dependen yaitu pengungkapan pertanggungjawaban sosial islami pada bank syariah. Variabel *Corporate Governance* (X1) adalah alat untuk menjamin direksi dan manajer (*insider*) agar bertindak yang terbaik untuk kepentingan investor luar (kreditur atau *shareholder*). Proksi untuk mengukur variabel ini mengacu pada penelitian Cerbioni dan Parbonetti (2007) yang meliputi:

Board size atau jumlah komisaris pada perusahaan, merupakan banyaknya anggota yang duduk pada dewan komisaris. Penggunaan *board size* mengacu pada penelitian Yermack (1996), dan Conger, et.al. (1998) telah menggunakan karakteristik dewan komisaris sebagai variabel independen sebagai atribut dari *good corporate governance*.

Cross-directorship merupakan salah satu karakteristik dewan komisaris (*governance expertise*). Terjadi ketika dewan komisaris memangku kedudukan tersebut pada dua atau lebih perusahaan. Penelitian ini yang mengacu pada Hashim dan Devi (2007) yaitu banyaknya anggota dewan komisaris yang *cross-directorship* dibagi dengan jumlah (size) anggota dewan komisaris.

Managerial ownership diukur dengan menghitung jumlah kepemilikan saham oleh manajer. Jumlah ini kemudian dibagi dengan total saham yang beredar, sehingga hasil dari perhitungan proksi ini adalah berupa presentase kepemilikan saham oleh manajer dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar. Pengukuran variabel mengacu pada penelitian Eng dan Mak (2003), dan Firer et. al (2007). *Ownership diffusion* diukur dengan menghitung persentase saham yang dimiliki oleh tiga pemegang saham utama dan yang diketahui.

Selanjutnya pengukuran pengungkapan pertanggungjawaban sosial Islami menggunakan *Islamic Social Responsibility Indeks* mengacu pada sebagian indikator penelitian Haniffa (2002) dan Fitria dan Hartanti (2010) yang terdiri produk dan jasa, tenaga kerja, masyarakat dan lingkungan. Pengukuran variabel dependen

menggunakan dua metrik, yaitu : *disclosure index* (ISRDI) untuk menghitung variasi pengungkapan yang terdiri dari dua format, yaitu: *text* dan *numbers*, dan *word count* (ISRWC) untuk menghitung volume pengungkapan. Indeks ini dimodifikasi dari penelitian Li, et al., 2008.

Berikut adalah persamaan *Islamic Social Responsibility disclosure index* (ISRDI) untuk menghitung variasi pengungkapan:

$$ISRDI_j = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

n_j = jumlah item yang diungkap oleh perusahaan j th

X_{ij} = 1 jika perusahaan mengungkapkan item i th ,
0 jika perusahaan tidak mengungkapkan, sehingga $0 \leq ISRDI_j \leq 1$.

Pengukuran volume pengungkapan *Islamic Social Responsibility* (ISRWC) dilakukan dengan menghitung jumlah kata di dalam *annual report* yang berhubungan komponen-komponen pengungkapan *Islamic Social Responsibility*. Jumlah kata dipilih sebagai metode penghitungan volume pengungkapan karena menurut anggapan peneliti, kata merupakan unit terkecil dalam pengukuran untuk analisis kualitatif dengan *content analysis* dan diharapkan dapat memaksimalkan ketelitian dalam menghitung volume pengungkapan tersebut secara kuantitatif (Zeghal dan Ahmed, 1990).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis *multiple regression*.

Adapun persamaan regresinya adalah:

$$\text{ISRDI} = \beta_0 + \beta_1 \text{BSIZE} + \beta_2 \text{CROSS-DIR} + \beta_3 \text{MO} + \beta_4 \text{OD} + \varepsilon_i$$

Notasi:

ISRDI = *Islamic Social Responsibility Disclosure*.

BSIZE = *Broad Size*,

CROSS-DIR = *Cross-Directorship*.

MO = *Managerial Ownership*,

OD = *Ownership Diffussion*,

β_0 = *intercept*,

$\beta_1, \dots, \beta_4$ = koefisien regresi, dan

ε = *error*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada 5 BUS dan 8 UUS untuk periode 2007 – 2010 dengan total sampel yang bisa diolah sebanyak 32 laporan keuangan. Berikut statistik deskriptif untuk masing-masing pengungkapan:

Tabel 1

Jumlah Pengungkapan *Islamic Sosial*

No	ISRDI	Jumlah (ISRDI)	% (ISRDI)	Jumlah (ISRWC)	% (ISRWC)
1	<i>Produk & jasa</i>	487	31.8 %	43658	25.0 %
2	<i>Tenaga Kerja</i>	570	37.1%	87822	50.3 %
3	<i>Masy & Lingk</i>	476	31.1%	43049	24.7 %
Total		1533	100 %	174529	100

Sumber: Hasil Olahan Data

Pada table 1 di atas terlihat bahwa pengungkapan terbesar adalah pada aspek tenaga kerja baik pada indeks pengungkapan (37,1%) maupun *word count* (50,3%), kemudian diikuti oleh aspek produk dan jasa, dan terakhir aspek tentang masyarakat dan lingkungan.

Selanjutnya adjusted R² tabel 2 di bawah ini menunjukkan nilai sebesar 0.218,

untuk ISRDI dan 0,259 untuk ISRWC. Nilai F hitung sebesar 2.327 dengan probabilitas 0,076 untuk ISRDI dan 3,331 dengan probabilitas 0,012. Probabilitas untuk ISRDI bernilai dibawah α 0.10, dan probabilitas ISRWC bernilai dibawah α 0.05m dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi *Islamic Social Responsibility Disclosure* (ISRDI) atau dapat dikatakan bahwa *Broad size*, secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Islamic Social Responsibility Disclosure* (ISRDI).

Tabel 2.

Ringkasan Hasil analisis Regresi Berganda

Variabel	Arah Predik-si	ISRDI		ISRWC	
		t	Sig.	t	Sig.
(Constant)		1.870	.078	5.860	.000
<i>Broad Size</i>	-	-1.758	.167	-2.242	.029**
<i>Cross-Directorship</i>	+	.160	.846	-.838	.384
<i>Managerial Ownership</i>	-	-1.467	.077	-1.026	.286
<i>Ownership Diffussion</i>	+	-1.176	.263	-1.989	.136
R Square			.430		.524
Adjusted R Square			.218		.259
Std. Error Estimate			.06772		.50162
F			2.327		3.331
Sig.			.076*		.012**

Sumber: Hasil Olahan Data

Sesuai dengan hasil regresi pada tabel 2, koefisien regresi *broad size* (BSIZE) terhadap ISRDI dan ISRWC bernilai negatif dengan tingkat signikansi yang berbeda. Untuk *broad size* tidak mempunyai pengaruh terhadap ISRDI dengan tingkat signifikansi 0.1671 jauh di atas nilai $\alpha < 0.05$. Sebaliknya terdapat pengaruh *broad size* terhadap ISRWC dengan tingkat signifikansi 0.029.

Hasil analisis tersebut mendukung hipotesis pertama yang berarti volume pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* dipengaruhi oleh *broad*

size suatu perusahaan. Artinya, semakin banyak anggota *broad size*, semakin rendah pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* perusahaan. Hasil pada panel pertama sama dengan penelitian yang dilakukan Lakhal (2003), serta Nasir dan Abdullah (2004) yang tidak menemukan hubungan antara *board size* dengan tingkat pengawasan maupun *voluntary disclosure*. Namun, pada panel dua sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yermack (1996) yang menemukan hubungan negatif antara *market value* dan *board size*. Menurut Yermack (1996), ketika *board size* memiliki jumlah anggota sedikit, maka akan meningkatkan kualitas pengawasan. Selanjutnya *Cross-directorship* tidak berpengaruh baik terhadap variasi maupun volume pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ho dan Wong (2001) serta Haniffa dan Cooke (2002). Menurut Ho dan Wong (2001), hal tersebut dikarenakan CEO atau *managing director* merupakan pemegang saham yang substansial, sehingga tidak menjadi suatu permasalahan ketika jabatan CEO dan *chairman* dijabat oleh satu orang. Menurut hemat penulis, keterbatasan pejabat inilah yang dimungkinkan menyebabkan variasi dan volume pengungkapan aktifitas sosial menjadi kurang lengkap.

Nilai *t* *Managerial Ownership* terhadap pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* pada panel ISRDI memiliki angka sebesar -1,467, dengan tingkat signifikansi sebesar .077, sedangkan nilai *t* ISRWC terhadap *Managerial Ownership* (MO) sebesar -1.026 dengan tingkat signifikansi sebesar -.286. Untuk proksi MO

mempunyai pengaruh signifikan terhadap ISRDI, tetapi dengan nilai yang negatif yang berarti semakin besar komposisi *non-executive directors*, maka semakin kecil variasi pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Gul dan Leung (2000) menemukan bahwa *CEO dominance* memiliki pengaruh signifikan terhadap rendahnya *voluntary disclosure* yang dilakukan perusahaan.

Selanjutnya koefisien regresi *Ownership Diffusion* terhadap ISRDI, bernilai positif negatif sebesar -1,176 dengan tingkat signifikansi 0,263, dan koefisien regresi terhadap ISRWC bernilai negatif sebesar -0,1989 dengan tingkat signifikansi 0,136. Hal ini menunjukkan bahwa nilai IO tidak signifikan, karena $\alpha > 0.05$. Hasil penelitian berbeda dengan Xu and Wang (1997), yang menyatakan bahwa *ownership diffusion* hanya berpengaruh terhadap *mandatory disclosure* yaitu kinerja keuangan perusahaan, tetapi tidak berkaitan dengan *voluntary disclosure* seperti aktivitas sosial perusahaan.

PENUTUP / SIMPULAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini mengidentifikasikan beberapa hal: hasil pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh *broadsize* terhadap ISRDI tidak signifikan, sedangkan pengaruh *broadsize* terhadap ISRWC signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada bank syariah di Indonesia *boardsize* tidak berpengaruh pada variasi pengungkapan, tetapi berpengaruh terhadap volume pengungkapan informasi *Islamic Social Responsibility*.

Selanjutnya hasil pengujian hipotesis

kedua menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *Cross-directorship* terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility* baik variasi maupun volume pengungkapan, sedangkan hasil pengujian hipotesis ketiga menyimpulkan *Managerial Ownership* berpengaruh negatif signifikan terhadap variasi ISRDI, dan tidak berpengaruh terhadap volume ISRWC. Hasil pengujian hipotesis keempat menyimpulkan tidak terdapat pengaruh *ownership diffusion* terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility* baik variasi maupun volume pengungkapan.

Keterbatasan dan Saran

Pengungkapan *Islamic Social Responsibility* (ISR) lebih banyak pada aspek tenaga kerja, diikuti dengan produk dan jasa, sedangkan pengungkapan mengenai aktivitas yang terkait dengan masyarakat dan lingkungan masih kurang. Oleh karena kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan sosial islami untuk tahun-tahun mendatang lebih banyak ber-orientasi pada kegiatan pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan, sehingga kemanfaatan bank syariah lebih banyak dirasakan masyarakat luas.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa semua proksi dalam *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap variasi pengungkapan, sehingga disarankan untuk perbankan syariah di Indonesia lebih banyak mengungkapkan aktifitas sosial Islami yang lebih bervariasi, tidak hanya penanaman sejuta pohon, tapi juga kegiatan pemeliharaannya.

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan antara lain penghitungan

variasi dan volume pengungkapan *Islamic Sosial Responsibility* (ISR) bersifat subyektif, sehingga perlu klarifikasi dari penyedia laporan keuangan. Selanjutnya beberapa laporan keuangan tidak lengkap dalam mengungkapkan aktifitas sosial yang telah dilakukan bank syariah di Indonesia, khususnya untuk Unit Usaha Syariah, sehingga agak kesulitan di dalam mengkategorikan kegiatan sosial tersebut apakah masuk kegiatan sosial induk perusahaan atau anak perusahaan.

Penelitian selanjutnya dapat lebih difokuskan pada pendekatan lain dalam mengukur pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*, misalnya dengan pendekatan masalah seperti yang juga direkomendasikan oleh Yusuf (2010).

DAFTAR PUSTAKA

Baydoun, N. and Willet, R., 2000, "Islamic corporate reports", *Abacus*, Vol. 36, No. 1, pp. 71-90.

Cerbioni, F. dan A. Parbonetti. 2007. Exploring the Effects of Corporate Governance on Intellectual Capital Disclosure: An Analysis of European Biotechnology Companies. *European Accounting Review*, 16 (4): 791-826.

Conger, J.A., D. Finegold, and E.E. Lawler III. 1998. Appraising boardroom performance. *Harvard Business Review* 76 (January-February): 136-148.

Dusuki, A.W., & Dar, H. 2005. Stakeholders' perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy. *International Conference on Islamic Economics and Finance*.

- Eng, L. L. and Mak Y. T. 2003. Corporate Governance and Voluntary Disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy* (22), pp.325-345.
- Farouk, S and Lanis, R. 2005. Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure. *The 6 th International Conference on Islamic and Finance*. Jakarta.
- Farouk, Sayd. 2007. On Corporate Social responsibility on Islamic Financial Institutional. *Islamic Economic Studies*, Vol. 15, No. 1.
- Fitria dan Hartanti. 2010. Islam dan tanggungjawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social responsibility. *Symposium Nasional Akuntansi XIII*, Purwokerto.
- Firer, S. and Williams, S. Mitchell. 2007. Association Between the Ownership Structure of Singapore Publicly Traded Firms and Intellectual Capital Disclosures. www.ssrn.com
- Gul, F.A., dan Leung. 2000. CEO dominance and voluntary corporate disclosure strategies in Hong Kong annual reports. *Working Paper, City University of Hong Kong*.
- Haniffa, M. R. and Cooke, T. E. 2000. Culture, Corporate Governance, and Disclosure in Malaysian Corporations. *Abacus*, 38 (3): 317-349.
- Haniffa, R. 2002. "Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective", *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), pp.128-146
- Hashim, H.A., and Devi S.S. 2005. Board independence, expertise, and earning quality: Malaysian evidence. www.ssrn.com
- Ho, Simon S. M. and Kar Shan Wong. 2001. A Study of The Relationship Between Corporate Governance Structures and The Extent of Voluntary Disclosure. *Journal of International Accounting, auditing & Taxation*, 10: 139-156.
- Jensen, M.C dan Meckling, W.H. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3: 305-360.
- Jensen, M.C. 1993. The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems. *Journal of Finance* 48: 831-880.
- Lakhal, F. 2003. Earning Voluntary Disclosures and Corporate Governance: Evidence from France. www.ssrn.com
- Li, Jing, Richard Pike, and Roszaini Haniffa. 2008. Intellectual Capital Disclosure and Corporate Governance Structure in UK Firms. *Accounting and Business Research*, 38 (2): 137-159.
- Maali, B., Casson, P., Napier, C. 2006. Social Reporting by Islamic Banks. *Abacus*, Vol. 42 (2), pp 266-289.
- Nasir, M.N., S.N. Abdullah. 2004. Voluntary Disclosure and Corporate Governance

- Among Financially Distressed Firms in Malaysia. www.ssrn.com
- Oliveira, L., L.L. Rodrigues., L. Craig. 2004. Applying voluntary disclosure theories to intangibles reporting: Evidence from the Portuguese stock market. www.ssrn.com
- Otman, Rohana., Azlam M. Thani, and Erlane K. Ghani. 2009. Determinants of Islamic Social Responsibility among Top Shariah approved n Bursa Malaysia. *Research of Journal International Studies*, Issues 12, October.
- Pike, S., A. Rylander., and G. Roos. 2001. Intellectual capital management and disclosure. *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge: A Selection of Readings*, Oxford University Press.
- Penjelasan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 Tentang Pelaksanaan Good Corporate Governance Bagi bank Umum. *DitJend Peraturan Perundang-undangan*.
- Sairally, Sama. 2005. Evaluating the Social responsibility on Islamic Finance. Learning from the experience of Sosially Responsible Investment Funds. *The 6 th International Conference on Islamic and Finance*. Jakarta.
- Samad, Abdus and Hassan M. Kabir. 1999. The Performance of Malaysian Islamic Banking 1984 – 1997, Explanatory Study. *International Journal of Islamic Finance Service*, Vol. 1, No. 3. Oktober- Desember.
- Tsui, J dan F.A. Gul. 2000. Corporate Governance and Financial Transparencies in the Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China. www.ssrn.com.
- Yermack, D. 1996. Higher market valuation of companies with a small board of directors. *Journal of Financial Economies* 40: 185-221.
- Yusuf, Mohamad Yasir. 2010. Aplikasi CSR dalam Bank Syariah: Suatu Pendekatan masalah dan Maqhasidh syariah. *EKBISI*, Vol. 4, No. 2, Juni 2010, hal. 98-115.
- Yusuf, Mohamad Yasir and Zakaria Bahari. 2011. Islamic Corporate Social Responsibility in Islamic Banking: Toward Poverty Alleviation. *The 8 th International Conference on Islamic and Finance*.
- Zeghal, Daniel dan Ahmed, Sadrudin, A. 1990. *Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms*. AAA Journal, pp 38-53
- Zhou, J dan K. Y. Chen. 2004. Audit Committee, Board Characteristics and Earnings Management by Commercial Banks. www.ssrn.com.
- Zhou, MM dan Panbuyen, P. 2008. The Association Between Board Composition and Different Types Disclosure. *Unpublished Thesis*.
- www.bankbnis.co.id
www.bankbris.co.id
www.megasyariah.co.id
www.muamalatindonesi.co.id
www.syariahmandiri.co.id
www.cimbniaga syariah.co.id
www.bankbiis.co.id

www.bankbtnsyariah.co.id

www.bankbcasyariah.co.id

www.bankpermatasyariah.co.id

www.bankbukopinsyariah.co.id

www.bankdanamonsyariah.co.id

Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen

Feisy Christina Puteri
Ari Budi Kristanto
Paskah Ika Nugroho
Universitas Kristen Satya Wacana
 ari.kristanto@staff.uksw.edu
 paskah@staff.uksw.edu

Abstract

This research used multiple regression method to examine the relationships between the profitability, investment opportunity, leverage and dividend payout ratio previous year with dividend policy. Sampling method used in this research are purposive sampling method. Hypotheses tests of this research used 65 sample of manufacturing company which were listed in the Indonesian Stock Exchange (IDX) from the year of 2007 until 2010. Results of this research show that the dividend payout ratio previous year had a significant positive effects on the dividend policy, while profitability, leverage and investment opportunity had no significant effects on the dividend policy.

Key words : *profitability, investment opportunity, leverage, dividend payout ratio previous year and dividend policy.*

PENDAHULUAN

Salah satu preferensi investor terhadap pemilihan investasi adalah ada tidaknya imbal hasil berupa pembagian laba atau dividen. Pada saat perusahaan memperoleh laba, perusahaan dapat menggunakan laba itu untuk diinvestasikan kembali ke dalam laba ditahan atau dibagikan kepada pemegang saham berupa dividen (Wijayanti & Supatmi 2009).

Terdapat konflik kepentingan antara pemegang saham (principal) dengan pihak manajemen (agent) didalam pembagian dividen. Menurut Arilaha (2009 b) teori keagenan menyatakan bahwa dalam pengelolaan perusahaan, manajemen lebih mementingkan diri mereka sendiri daripada pemegang saham. Berdasarkan teori

keagenan tersebut, konflik yang disebabkan karena pemisahan antara kepemilikan dan fungsi pengelolaan disebut konflik keagenan (Silvi & Lestari, 2008).

Struktur kepemilikan suatu perusahaan pada sebagian besar perusahaan di Indonesia bersifat terkonsentrasi pada penguasaan oleh pemegang saham mayoritas yang adalah perusahaan keluarga (Arilaha, 2009 b). Dalam beberapa situasi, pemegang saham mayoritas akan mengambil keputusan yang merugikan pihak pemegang saham minoritas yaitu dengan tidak membagikan dividen. Hal ini akan menimbulkan konflik keagenan karena pemegang saham minoritas lebih menyukai pembagian dividen daripada diinvestasikan kembali. Fakta yang terjadi

pada perusahaan publik di China, dividen yang tidak dibagikan secara teratur dan tidak berkesinambungan akan berpengaruh buruk terhadap stabilitas harga saham serta kekayaan pemegang saham, suatu kondisi yang tidak diharapkan oleh pemegang saham (Hui, 2011). Namun demikian, penelitian Tsuji (2011) di perusahaan industri mesin Jepang menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak dilakukan dengan motif *catering theory*, dimana pembagian dividen bukan merupakan reaksi dari “pesanan” pemegang saham.

Bagi pemegang saham, dividen merupakan tingkat pengembalian investasi yang berupa saham yang diterbitkan (Suharli, 2007). Kebijakan dividen yaitu kebijakan dimana perusahaan menetapkan proporsi pendapatan untuk dibagikan sebagai dividen (Nurmala, 2006). Pembagian dividen yang besar akan menyebabkan rasio laba ditahan menjadi kecil, akibatnya pertumbuhan perusahaan akan terhambat. Konsekuensi dari keputusan tersebut adalah perusahaan harus mencari sumber dana yang berasal dari luar yaitu emisi saham baru. Pada saat perusahaan menjual saham baru, kinerja dari manajemen akan diawasi oleh bursa dan penyedia dana, sehingga manajemen akan bertindak mementingkan pemegang saham dan akan mengurangi masalah keagenan (Silvi & Lestari, 2008).

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan didalam menghasilkan laba (Oktorina & Suharli, 2007). Profitabilitas berkaitan terhadap kebijakan dividen karena semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin besar dividen yang akan dibagikan kepada investor. Apabila perusahaan tidak menerima laba, maka kemungkinan

kecil bagi perusahaan untuk membagikan dividen. Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan belum tentu menimbulkan *cash inflow* bagi perusahaan, karena penjualan kredit akan menimbulkan besarnya piutang perusahaan daripada cash inflow. Sehingga semakin sedikit cash inflow yang dihasilkan maka akan semakin sedikit pula dividen yang dibagikan kepada investor. Bila suatu perusahaan membagikan profitabilitasnya untuk investasi maka akan mengurangi proporsi dividen yang dibagikan sehingga akan merugikan pemegang saham dan menimbulkan konflik keagenan. Proksi yang digunakan adalah proksi perubahan laba sebelum pajak karena dividen yang dibagikan oleh perusahaan tergantung kepada besar laba di masa yang akan datang sehingga proksi perubahan laba sangat diperlukan (Rahman, 2009).

Dalam situasi perusahaan memperoleh laba ditahan yang besar, biasanya pihak manajemen akan lebih memilih untuk investasi baru daripada membagikannya sebagai dividen (Suharli, 2007). Kesempatan investasi atau *Investment Opportunity* adalah ketersediaan investasi perusahaan di masa datang dan meningkatkan kemajuan perusahaan (Wiagustini, 2009). Laba ditahan yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk berinvestasi, sehingga pada masa datang dapat memberikan pengembalian berupa cash inflow. Akibatnya pertumbuhan perusahaan semakin meningkat dan publik akan menilai bagus kinerja perusahaan. Tetapi hal ini mengakibatkan konflik keagenan karena pemegang saham akan merasa dirugikan.

Leverage merupakan rasio dimana adanya hubungan antara jumlah pinjaman jangka

panjang dengan modal sendiri (Arilaha, 2009 a). Perusahaan yang memiliki rasio utang yang besar akan membagikan dividen lebih kecil dikarenakan laba yang diperoleh akan digunakan sebagai pembayaran hutang terlebih dahulu (Arilaha, 2009 a). Dengan adanya penggunaan hutang ini diharapkan akan menurunkan konflik keagenan karena pihak manajemen dituntut untuk mencari dana sehingga dapat menghindari pihak manajemen bertindak oportunistik.

Tingkat dividen tahun sebelumnya menjadi hal penting didalam kebijakan pembagian dividen perusahaan. Dengan adanya dividen tahun sebelumnya, investor dapat memprediksi seberapa besar dividen yang akan diterima pada tahun berikutnya (Tranggono, 2007). Dividen tahun sebelumnya dapat menjadi patokan bagi pihak manajemen untuk menetapkan tingkat dividen tahun berjalan, karena perusahaan yang semakin rendah membagikan dividennya daripada tahun sebelumnya akan dinilai buruk oleh pasar. Penelitian sebelumnya mengenai profitabilitas dikaitkan dengan kebijakan dividen oleh Suharli (2007) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Sedangkan penelitian Wijayanti & Supatmi (2009) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen.

Penelitian yang dilakukan Wiagustini (2009) mengemukakan bahwa kesempatan investasi berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen. Perusahaan lebih mengutamakan untuk melakukan investasi ketimbang membagikan labanya untuk dividen. Purnamasari, dkk (2009)

menyatakan kesempatan investasi berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Mursalim (2009) menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Berbeda dengan penelitian Nurfauziah, dkk (2006) yang menyatakan bahwa kebijakan hutang memiliki hubungan yang negatif terhadap kebijakan dividen.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tranggono (2007) menyatakan bahwa dividen tahun sebelumnya berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen.

Penelitian yang dilakukan oleh Arilaha (2009 b) menyatakan profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen yaitu apabila perusahaan memperoleh laba tinggi maka juga akan membagikan dividen lebih tinggi.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen. Perbedaan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arilaha (2009 b) yaitu adanya perubahan periode penelitian yang sebelumnya 2006 – 2008 menjadi periode 2007 – 2010. Adanya penambahan variabel independen yaitu variabel kesempatan investasi, kebijakan utang dan kebijakan dividen tahun sebelumnya. Adanya pengurangan pada variabel corporate governance karena dinilai tidak memiliki hubungan dengan kebijakan dividen. Adanya perbedaan pada variabel profitabilitas dimana menggunakan proksi perubahan laba menurut Rahman (2009).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada investor dan pihak manajemen. Bagi investor agar dapat melihat prospek perusahaan di masa mendatang sehingga akan lebih teliti di dalam menanamkan modalnya untuk membeli saham perusahaan. Sedangkan untuk pihak manajemen diharapkan dapat menerapkan kebijakan dividen yang tepat.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan

Sebagian perusahaan di Indonesia memiliki struktur perusahaan yang terkonsentrasi yaitu perusahaan yang merupakan perusahaan keluarga (Arilaha, 2009 b). Kondisi perusahaan ini berkonsekuensi terhadap keluarga sebagai pemegang saham mayoritas juga bertindak sebagai pihak manajemen dan memiliki hak untuk mengambil keputusan. Sedangkan pemegang saham minoritas yang hanya memiliki proporsi saham yang kecil merupakan pihak penerima keputusan (Wijayanti & Supatmi, 2009).

Hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana satu orang atau lebih pihak prinsipal yang melibatkan agen untuk melakukan layanan atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian beberapa wewenang pengambilan keputusan kepada agen (Jensen & Meckling 1976). Teori Keagenan menjelaskan adanya hubungan antara pemilik dengan pihak manajer (*agent*). Pemegang saham mayoritas akan mengambil keputusan untuk lebih mensejahterakan pemegang saham mayoritas daripada pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan karena pemegang saham mayoritas memiliki hak

dalam menetapkan kebijakan dividen yang berlawanan dengan kepentingan pemegang saham minoritas (Wijayanti & Supatmi, 2009). Ketika pemegang saham mayoritas menetapkan untuk tidak membagikan laba ditahan sebagai dividen maka kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya konflik keagenan. Dalam kondisi permasalahan keagenan semacam ini, independensi direksi akan bermanfaat dalam kebijakan dividen, seperti hasil penelitian Shabibi dan Ramesh di Inggris (2011), bahwa pembayaran akan berbanding lurus dengan persentase direksi independen, karena direksi yang independen akan lebih memperhatikan kepentingan investor, sehingga permasalahan keagenan dapat dieliminasi.

Pihak investor yang ingin menginvestasikan modalnya kedalam perusahaan akan mempertimbangkan tingkat dividen yang dibagikan perusahaan, sedangkan tingkat kebijakan dividen akan ditentukan oleh pihak manajemen perusahaan. Dalam situasi ini terlihat adanya hubungan antara pihak pemegang saham dengan pihak manajemen yang disebut teori keagenan. Perusahaan memutuskan untuk membagikan dividen kepada pemegang saham akan melihat beberapa variabel yang terkait seperti variabel perubahan laba, kesempatan investasi, kebijakan hutang, dan dividen tahun sebelumnya. Dimana variabel – variabel tersebut yang akan menentukan perusahaan seberapa besar mereka mengalokasikan dana cash inflow perusahaan sebagai dividen.

Pengaruh Perubahan Laba terhadap Kebijakan Dividen

Ukuran keberhasilan sebuah perusahaan

dapat diukur berdasarkan profitabilitas yang diterima oleh perusahaan. Ukuran profitabilitas sendiri terdiri atas laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik (Suharli, 2007). Profitabilitas yang diterima perusahaan tidak selalu meningkatkan *cash inflow* perusahaan, sehingga semakin sedikit *cash inflow* yang dihasilkan akan semakin kecil proporsi untuk dibagikan sebagai dividen atau diinvestasikan kembali. Tetapi dengan kecilnya tingkat *cash inflow* akan semakin meningkatkan kinerja pihak manajemen untuk meningkatkan *cash inflow* perusahaan.

Penelitian ini menggunakan proksi perubahan laba dikarenakan laba yang diperoleh perusahaan untuk tahun yang akan datang tidak dapat dipastikan, karena itu perlu adanya prediksi tentang perubahan laba perusahaan. Dengan adanya prediksi perubahan laba pihak investor dapat melihat seberapa besar perubahan laba perusahaan apakah semakin menurun atau meningkat. Apabila diketahui perubahan laba semakin meningkat maka akan dapat menarik minat investor untuk dapat menanamkan sahamnya kedalam perusahaan (Ariyanti, 2010)

Laba perusahaan tahun yang akan datang tidak dapat dipastikan oleh pihak investor, sehingga investor membutuhkan informasi perubahan laba perusahaan. Dengan adanya presentase perubahan laba maka pihak investor dapat memperkirakan seberapa besar laba yang diperoleh perusahaan di masa yang akan datang. Sebagai contoh perusahaan A memiliki presentase perubahan laba sebesar 20% setiap tahunnya, maka pihak investor

dapat memprediksi laba perusahaan yang akan diperoleh di masa yang akan datang kemungkinan besar juga akan meningkat sebesar 20%. Perubahan laba perusahaan yang meningkat ini akan dinilai oleh pihak investor dapat meningkatkan tingkat dividen perusahaan di masa yang akan datang.

H1 : Perubahan Laba berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen.

Pengaruh Kesempatan Investasi (*Investment Opportunity*) terhadap Kebijakan Dividen

Kesempatan investasi adalah tersedianya alternatif investasi di masa datang bagi perusahaan. Perusahaan akan memutuskan membagikan laba ditahan untuk kepentingan investasi atau untuk dibagikan berupa dividen. Pada saat perusahaan memutuskan untuk berinvestasi, perusahaan akan memutuskan untuk membuka cabang baru serta memperbesar investasi (Sadalia & Saragih, 2008). Dengan harapan akan memperoleh pengembalian berupa *cash inflow* bagi perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kondisi perusahaan yang baik cenderung menginginkan menginvestasikan kembali daripada membagikan kepada para pemegang saham, bahkan untuk mengatasi masalah *underinvestment* (Sadalia & Saragih, 2008). Investasi yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan modal sendiri akan dinilai oleh pihak investor dapat mengurangi laba perusahaan sehingga akan menurunkan tingkat dividen perusahaan. Sedangkan perusahaan yang melakukan investasi dengan menggunakan

hutang akan dinilai dapat mengurangi masalah keagenan. Karena perusahaan harus menutup bunga hutang perusahaan sehingga pihak manajemen akan dituntut untuk semakin bekerja lebih keras di dalam menghasilkan laba perusahaan. Tetapi hal ini juga akan dinilai dapat mengurangi dividen perusahaan karena perusahaan harus menutup bunga hutang dan modal hutang itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari, dkk (2009) memberikan hasil bahwa kesempatan investasi berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Sehingga semakin tinggi kesempatan investasi maka semakin tinggi pula dividen yang dibagikan perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wiagustini (2009) dan Suharli (2007) menunjukkan bahwa hubungan antara kesempatan investasi terhadap kebijakan dividen berpengaruh negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kesempatan investasi yang dimiliki maka semakin rendah dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. Dari hasil ini terlihat bahwa perusahaan lebih mengutamakan untuk berinvestasi daripada membayar dividen.

H2 : Kesempatan investasi berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen.

Pengaruh Kebijakan Hutang (*Leverage*) terhadap Kebijakan Dividen

Kebijakan hutang merupakan upaya dari pemegang saham untuk dapat mengurangi konflik keagenan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki hutang mempunyai kewajiban untuk membayar pokok hutang dan bunganya, sehingga pihak manajemen akan mencari kelebihan dana untuk membayar hutang

tersebut. Karena dengan peningkatan rasio hutang maka akan mengakibatkan rasio kebangkrutan dan *financial distress* (Nuringsih, 2005). Dengan adanya tekanan dari hutang ini maka pihak manajemen dan pihak pemegang saham akan lebih berhati – hati di dalam membagikan dividen.

Kebijakan hutang memberi signal bagi investor bahwa semakin tinggi hutang sebuah perusahaan maka semakin kecil tingkat dividen yang dibagikan (Arlaha, 2009 a). Logika dasarnya adalah laba perusahaan yang diperoleh akan dibayarkan untuk membayar hutang sehingga akan mengurangi kebangkrutan dan *financial distress* sehingga pemegang saham dan pihak manajemen akan lebih memilih untuk membayar hutang terlebih dahulu daripada dibagikan sebagai dividen. Hal ini mendukung penelitian dari Nuringsih (2005) yang menyatakan bahwa kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen. Semakin besar hutang yang dimiliki perusahaan maka akan semakin kecil dividen yang akan dibagikan kepada perusahaan. Berbeda dengan penelitian Arlaha (2009 a) yang menyatakan bahwa kebijakan hutang tidak memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen.

H3 : Kebijakan hutang memiliki pengaruh negatif terhadap kebijakan dividen.

Pengaruh Dividen Tahun Sebelumnya terhadap Kebijakan Dividen

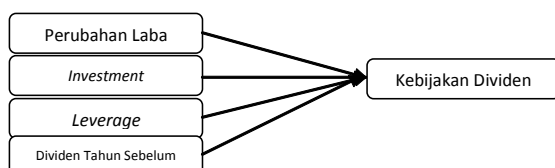
Pembayaran dividen merupakan suatu signal bagi pasar bahwa perusahaan memiliki prospek yang menguntungkan bagi investor. Pihak investor akan melihat seberapa besar dividen tahun sebelumnya yang dibagikan oleh perusahaan sebelum

mereka akan menanamkan modalnya. Sehingga semakin besar dividen tahun sebelumnya yang dibagikan akan semakin menarik minat investor untuk menanamkan sahamnya. Perusahaan pada umumnya tidak menginginkan pengurangan dalam pembagian dividen tahun berjalan karena dapat menimbulkan kekecewaan bagi pihak investor.

Dividen tahun sebelumnya akan dijadikan sebagai patokan bagi pihak manajemen untuk semakin meningkatkan dividen tahun berjalan. Semakin besar dividen yang dibagikan pada tahun berjalan maka perusahaan akan dinilai bagus oleh pasar. Sehingga akan semakin meningkatkan minat para investor yang ingin menanamkan sahamnya di perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tranggono (2007) menyatakan bahwa dividen tahun sebelumnya berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen. Hal ini dikarenakan perusahaan pada umumnya tidak bersedia untuk mengurangi besarnya dividen yang telah dibagikan tahun sebelumnya. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Kurniasih et al (2011) yang menyimpulkan bahwa jumlah dividen yang dibayarkan dipengaruhi oleh laba tahun berjalan dan jumlah dividen tahun sebelumnya.

H4: Dividen tahun sebelumnya berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen.



Gambar 1. Pengaruh faktor perubahan

laba, investment opportunity, leverage dan dividen tahun sebelumnya terhadap kebijakan dividen

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi didalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2007 - 2010. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan yang membagikan dividen pada periode 2007 – 2010 secara berturut – turut.
2. Perusahaan yang memiliki utang pada periode 2008 – 2010.
3. Perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang berakhir 31 Desember 2007 – 31 Desember 2010.
4. Perusahaan yang memiliki variabel – variabel yang terkait dengan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur pada tahun 2007 – 2010. Data penelitian ini dapat diperoleh melalui www.idx.co.id.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini menggunakan 1 variabel dependen yaitu variabel kebijakan dividen. Dan terdapat 4 variabel independen yaitu variabel profitabilitas, kesempatan investasi (*investment opportunity*), variabel kebijakan hutang (*leverage*), dan variabel dividen tahun sebelumnya.

Variabel Dependen

Kebijakan dividen adalah keputusan manajemen tentang besar kecilnya jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada pemegang saham dengan menggunakan indikator *dividend payout ratio* (Arilaha, 2009).

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividen per lembar saham}}{\text{Laba bersih per lembar saham}} \times 100\%$$

Variabel Independen

1. Perubahan Laba Perusahaan

Perubahan laba merupakan kenaikan atau penurunan laba sebelum pajak pertahun (Ariyanti, 2010). Variabel ini diukur menggunakan rasio perubahan laba (Zainuddin dan Jogiyanto, 1999)

$$\text{Perubahan Laba tahun ke } n = \frac{Y_n - (Y_n - 1)}{(Y_n - 1)}$$

Keterangan :

Y_n = Laba sebelum pajak periode n (EBIT)

$Y_n - 1$ = Laba sebelum pajak periode $n - 1$

2. Kesempatan Investasi (*Investment Opportunity*)

Kesempatan Investasi adalah ketersediaan investasi perusahaan di masa yang akan datang. Proksi yang digunakan adalah nisbah *Market Value of Equity to Book Value of Asset* (MVEBVA) (Wiagustini, 2009). Digunakan proksi ini dikarenakan proksi ini mempunyai korelasi yang sangat tinggi terhadap pertumbuhan di masa yang akan datang. Sehingga semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan semakin tinggi pula kesempatan investasinya.

$$\text{MVEBVA} = \frac{(\text{Jumlah saham beredar} \times \text{Harga penutupan})}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

3. Kebijakan Hutang (*Leverage*)

Variabel kebijakan hutang diukur menggunakan *Debt to Ratio* (DAR)

$$\text{DAR} = \frac{\text{total hutang}}{\text{total aset}}$$

4. Dividen Tahun Sebelumnya

Variabel dividen tahun sebelumnya diukur menggunakan indikator DPR (Yusup, 2002)

$$\text{Dividen Tahun Sebelumnya} = \text{DPR} (t - 1)$$

TEKNIK ANALISIS

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

$$\text{DPR} = \alpha + \beta_1 \cdot \text{Perubahan laba} + \beta_2 \cdot \text{MVEBVA} + \beta_3 \cdot \text{DAR} + \beta_4 \cdot (\text{DPR } t - 1) + e$$

Keterangan :

DPR : *Dividend Payout Ratio*

α : konstanta

β : Koefisien parameter

MVEBVA : *Market Value of Equity to Book Value of Equity*

DAR : *Debt to Ratio*

DPR $t - 1$: *Dividend Payout Ratio* tahun sebelumnya

e : eror

Uji Asumsi Klasik

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda, untuk itu harus terbebas dari masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang harus dilakukan yaitu :

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinier
3. Uji Autokorelasi
4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Hipotesis

Dilakukan uji hipotesis untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Perhitungan analisis regresi menggunakan bantuan program SPSS versi 16. Uji hipotesis yang dilakukan antara lain :

1. Uji Model (Uji F)
2. Uji Koefisien Determinasi
3. Uji Parsial (Uji T)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan periode pengamatan selama 4 tahun dari tahun 2007 – 2010. Variabel pertumbuhan laba dan DPR yang digunakan adalah data tahun 2007 hingga 2010. Sedangkan Variabel kesempatan investasi dan kebijakan hutang menggunakan data tahun 2008 – 2010.

Sampel penelitian adalah perusahaan non keuangan yang secara terus menerus sejak tahun 2007 hingga 2010 memiliki informasi mengenai DPR yaitu diperoleh sebanyak 26 perusahaan. Dengan periode pengamatan selama 3 tahun berturut-turut, dan penelitian ini menggunakan data dalam bentuk penggabungan data, yaitu dengan menggabungkan pada tahun 2008 hingga 2010 berturut-turut, Jadi, dengan sampel sebanyak 26 perusahaan, maka data penelitian secara penggabungan data akan sejumlah $26 \times 3 = 78$ buah data.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran deskriptif mengenai data suatu penelitian yang dapat dilihat melalui nilai rata-rata, nilai minimum, dan nilai maksimum.

Tabel 1 Statistik Deskriptif – Sebelum Mengeluarkan Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Growth	78	-0.8919	24.6117	0.7098	2.9041
MVEBVA	78	0.1125	14.4686	1.7682	2.4657
DAR	78	0.1264	0.8940	0.4224	0.1895
DPR t-1	78	1.4500	302.9400	47.0837	44.2382
DPR	78	1.3551	302.9400	43.2476	44.0592

Sumber data : Data sekunder yang diolah

Berdasarkan deskripsi dari 78 data penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel GROWTH dan MVEBVA memiliki nilai standar deviasi yang relatif besar yang mencerminkan adanya nilai-nilai ekstrim pada data penelitian. Untuk itu beberapa data ekstrim pada akhirnya dikeluarkan dari analisis. Data yang dinilai sudah tidak memiliki data ekstrim ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 2 Statistik Deskriptif – Setelah Mengeluarkan Data Ekstrim

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GROWTH	65	-0.7232	3.1153	0.2873	0.5757
MVEBVA	65	0.1125	6.0112	1.4266	1.4660
DAR	65	0.1264	0.7269	0.4065	0.1815
DPR t-1	65	1.4500	121.5200	36.8394	25.8113
DPR	65	1.3551	78.8328	30.3315	17.6169

Sumber : Data sekunder yang diolah

Profitabilitas yang diukur dengan perubahan laba sebelum pajak menunjukkan seberapa persen besar laba sebelum pajak mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sehingga semakin besar nilai perubahan laba menunjukkan bahwa terdapat rata – rata perubahan positif yaitu sebesar 0,2873 atau 28,73%. Hal ini menunjukkan bahwa laba sebelum pajak mengalami kenaikan mencapai 28,73% tiap tahunnya, yang berarti secara rata – rata kinerja perusahaan dalam menciptakan laba pada perusahaan menunjukkan kondisi yang bagus. Nilai perubahan laba terendah adalah -0,7232

dan nilai perubahan laba tertinggi sebesar 3,113.

Kesempatan Investasi yang diukur dengan MVEBVA menunjukkan rata – rata sebesar 1,4266. Hal ini berarti bahwa rata – rata perusahaan memiliki nilai pasar ekuitas hingga 1,4266 dari total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai MVEBVA yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa perusahaan mengalami peningkatan nilai pasar dari modalnya. Nilai MVEBVA terendah adalah 0,1125 dan nilai MVEBVA tertinggi adalah 6,0112.

Debt to Asset Ratio (DAR) menunjukkan seberapa besar hutang yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan nilai total aset yang dimilikinya. Sehingga semakin besar nilai DAR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kewajiban yang besar. Hasil statistik membuktikan bahwa terdapat rata – rata DAR sebesar 0,4065. Hal ini menunjukkan bahwa dalam aktivitasnya perusahaan banyak menggunakan sumber modal sendiri daripada hutang perusahaan. Nilai DAR terendah adalah 0,1264 dan tertinggi adalah 0,7269.

DPR tahun sebelumnya merupakan rasio dividen yang dibayarkan kepada investor dari laba yang diperoleh perusahaan. Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat rata – rata dividen tahun sebelumnya yang dibayarkan sebesar 36,8394% dari laba bersih yang diperoleh perusahaan. Nilai DPR t-1 terendah sebesar 1,45 dan nilai tertinggi adalah 121,52.

Dividend Payout Ratio (DPR) pada tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat rata – rata dividen yang dibayarkan adalah sebesar

30,3315% dari laba bersih yang diperoleh perusahaan. Sedangkan nilai DPR terendah yang diperoleh perusahaan adalah sebesar 1,3551 dan nilai tertinggi adalah sebesar 78,8328.

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Hasil perhitungan regresi berganda menggunakan SPSS diperoleh sebagai berikut pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi hasil regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25.252	6.747		3.743	.000
GROWTH	-4.812	3.517	-0.157	-1.368	0.176
MVEBVA	.128	1.590	0.011	0.081	0.936
DAR	-9.381	11.952	-0.097	-0.785	0.436
DPR t-1	.274	.085	0.401	3.230	0.002

Sumber : Data sekunder yang diolah

Hasil tersebut dapat dituliskan dalam persamaan regresi sebagai berikut

$$DPR = 25,252 - 4,812 \text{ GROWTH} + 0,128 \text{ MVEBVA} - 9,381 \text{ DAR} + 0,274 \text{ DPR}_{t-1} + e$$

Dari hasil pengujian statistic, diperoleh nilai F sebesar 3,975 dengan signifikansi sebesar 0,006. Nilai signifikansi sebesar 0,006 tersebut lebih kecil dari 0,05. Informasi ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pertumbuhan laba, MVEBVA, DAR dan DPRt-1 secara bersama-sama terhadap DPR.

Nilai *adjusted R²* diperoleh sebesar 0,105. Hal ini berarti bahwa 10,5% DPR dapat dijelaskan oleh variabel pertumbuhan laba, MVEBVA, DAR dan DPRt-1, sedangkan sebagian besar lainnya yaitu 89,5% DPR dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

DEKSRIPI HASIL PENELITIAN**Pengaruh Perubahan Laba terhadap DPR**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan laba tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPR. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan maka dividen yang dibagikan kepada investor tidak terpengaruh dengan adanya perubahan laba perusahaan. Seperti yang terjadi pada perusahaan United Tractors Tbk (UNTR) yang diketahui perubahan labanya mengalami penurunan pada tahun 2009 sebesar 41,34% menjadi -7,03% pada tahun 2010. Sedangkan dividen yang dibagikan semakin meningkat dari tahun 2009 sebesar 28,76% menjadi 50,68% pada tahun 2010. Hal ini disebabkan perusahaan memutuskan untuk tetap membagikan dividen walaupun labanya mengalami penurunan, dengan pertimbangan apabila perusahaan gagal untuk mempertahankan tingkat pembayaran dividen maka akan direspon negatif oleh pasar (Ismiyanti dan Mahadwartha, 2005). Sehingga variabel perubahan laba tidak mempengaruhi kebijakan dividen yang akan dibagikan perusahaan.

Pengaruh Kesempatan Investasi (MVEBVA) terhadap DPR

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kesempatan Investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap DPR. Hal ini mendukung penelitian Wiagustini (2009) yang menyatakan bahwa MVEBVA tidak berpengaruh signifikan terhadap DPR. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang mengalami kesempatan investasi yang besar tidak memiliki hubungan dengan kebijakan

dividen yang dibagikan perusahaan.

Hal ini dikarenakan perusahaan yang sedang bertumbuh akan melakukan kesempatan investasi karena dinilai sangat menguntungkan dan dapat memberikan aspek positif bagi perusahaan maupun investor. Tetapi bagi pihak perusahaan, investor juga dinilai sangat penting sehingga setiap tahunnya perusahaan berusaha untuk meningkatkan dividen perusahaan dan melakukan tetap melakukan investasi.

Pengaruh DAR terhadap DPR

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa DAR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPR. Hal ini menjelaskan bahwa seberapa besar utang yang dimiliki perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pembagian dividen, disebabkan investor dinilai sangat penting bagi perusahaan, sehingga pihak manajemen tetap akan membagikan dividen walaupun hutang perusahaan besar. Seperti yang terjadi pada perusahaan Unilever Tbk. dimana hutang perusahaan pada tahun 2010 meningkat 10,3% dan dividen yang dibagikan juga meningkat sebesar 0,1 %. Pihak kreditor juga dinilai penting bagi perusahaan sehingga perusahaan akan menyisihkan sebagian laba untuk dibayarkan sebagai pembayaran hutang beserta bunganya dengan tidak mempengaruhi tingkat dividen yang akan dibagikan kepada investor karena penggunaan hutang yang besar akan menyebabkan beban berat bagi perusahaan untuk membayar bunga beserta pokok pinjamannya (Silvi dan Lestari, 2008).

Pengaruh DPR t-1

Hasil penelitian ini mendapatkan hasil

bahwa DPR t-1 memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif. Hal ini menjelaskan bahwa dividen pada tahun sebelumnya berpengaruh terhadap kebijakan dividen tahun berikutnya dikarenakan banyak perusahaan yang selalu sama pada tiap tahunnya didalam membagikan dividen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Tranggono (2007) yang menyatakan bahwa dividen tahun sebelumnya berpengaruh signifikan dengan arah positif. Semakin besar dividen perusahaan tahun sebelumnya akan menimbulkan semakin besar pula dividen yang akan dibagikan tahun berikutnya, karena perusahaan tidak bersedia untuk mengurangi dividennya dikarenakan perusahaan tetap ingin menarik minat investor agar menanamkan modalnya pada perusahaan (Tranggono, 2007).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pengujian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel dividen tahun sebelumnya berpengaruh positif signifikan terhadap DPR.
2. Variabel perubahan laba, kesempatan investasi (MVEBVA) dan DAR diperoleh tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPR.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini pada prinsipnya terletak pada masih sedikitnya variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga pihak yang ingin melihat variabel yang berpengaruh terhadap dividen masih sangat terbatas. Dan masih sedikitnya data perusahaan yang diambil sebagai sampel.

Implikasi

Bagi investor informasi ini diharapkan dapat berguna untuk membantu investor didalam memutuskan perusahaan yang akan diinvestasikan dengan melihat tingkat dividen tahun sebelumnya.

Bagi pihak manajemen diharapkan untuk tetap mempertahankan tingkat dividen sehingga tingkat dividen tahun sebelumnya semakin meningkat dan dapat mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya.

Saran

Dengan melihat hasil penelitian sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan adalah adanya penambahan variabel pada penelitian seperti tingkat pertumbuhan perusahaan, harga saham, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing dan lain-lain. Sehingga analisis faktor – faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen akan semakin lengkap. Dan menambah data yang ingin dijadikan sampel seperti misalnya perusahaan jasa, pertambangan, dll.

DAFTAR PUSTAKA

Arilaha, Muhammad, A., (2009), “Pengaruh Free Cash Flow, Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen”. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 7 (1), 78 -87.

Arilaha, Muhammad, A., (2009) b, “Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen”, Jurnal Keuangan dan Perbankan, 13 (3), 386-394.

- Ariyanti, Lilis, (2010), “Analisis Pengaruh CAR, NIM, LDR, NPL, BOPO, ROA, dan Kualitas Aktiva Produktif Terhadap Perubahan Laba Pada Bank Umum di Indonesia”. Tesis UNDIP Tidak Dipublikasikan. Hui, Sui, (2011), “Problems Existing in Dividend Policies in China Listed Companies and Countermeasures”. *Asian Social Science* Vol 7 No 10. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.5539/ass.v7n10p213> tanggal 7 November 2011
- Jensen, M.C. and Meckling, W.H, (1976), “Theory of The Firm : Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure”. *Journal of Financial Economics*, 3, 305 – 360.
- Kurniasih, Augustina. Siregar, Hermanto. Sembel, Roy. dan Achsan, Noer Azam. 2011. ”Corporate Dividend Policy in an Emerging Market : Evidence from Indonesia Stock Exchange (IDX) 2001-2008”. *International Research Journal of Finance and Economics*. Eurojournals Publishing. Issue 72
- Margaretha, Farah, (2005), “Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Panjang”. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mursalim, (2009), “Analisis Persamaan Struktural : Aktivisme Institusi, Kepemilikan Institusional dan Manajerial, Kebijakan Dividen dan Utang Untuk Mengatasi Masalah Keagenan”, *JAAI*, 13 (1), 45 – 61.
- Nurfauziah, dkk., (2007), “Analisis Hubungan Simultan Antara Kepemilikan Manajerial, Risiko, Kebijakan Hutang, dan Kebijakan Dividen Dalam Masalah Agensi”. *Jurnal Sinergi*, 9 (2), 157 – 166.
- Nuriningsih, Kartika, (2005), “Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang, ROA, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Studi 1995 – 1996”. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2 (2), 103 – 123.
- Nurmala, (2006), “Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Harga Saham Perusahaan – Perusahaan Otomotif di Bursa Efek Jakarta”, *Mandiri*, 9 (1).
- Oktorina, Megawati, dan Suharli, Michell, (2007), “Hubungan Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Tunai Dengan Kecukupan Kas Dan Likuiditas Sebagai Moderating Variable”. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, 7 (2), 107 – 139.
- Purnamasari, Linda, dkk., (2009), “Interdependensi Antara Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Keputusan Dividen”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13 (1), 106-119.
- Sadalia, I., dan Saragih, N. S. S., (2008), “Pengaruh Profitability dan Investment Opportunity Set Terhadap Dividen Tunai Pada Perusahaan Terbuka Di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1 (3), 103 – 108.
- Shabibi, BadarKhalid Al dan Ramesh, G. 2011. “An Empirical Study on the Determinants of Dividend Policy in the UK”. *International Research Journal of Finance and Economics*, EuroJournals Publishing Issue 80
- Silvi, Melisa, dan Lestari, Wiwik, (2008), “Analisis Simultan Antara Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang, Kebijakan

- Dividen, dan Risiko Dalam Perspektif Teori Keagenan". *Ekobis*, 9 (1), 39-49.
- Suharli, M., (2007), "Pengaruh Profitabilitas dan Investment Opportunity Set terhadap Kebijakan Dividen Tunai dengan Likuiditas sebagai Variabel Penguat". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9 (1), 9-17.
- Tranggono, H., dan Galumbang, H., (2007), "Pengaruh Financial Ratio Dan Dividen Tahun Sebelumnya Terhadap Dividen Per Share Perusahaan Perusahaan Yang Go Publik Di Bursa Efek Jakarta Periode Tahun 2002 – 2005". *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 9 (3), 154 – 166.
- Tsuji, Chikasi. 2011. "A Test of Dividend Policy : The Case of the Japanese Machinery Industry Firms". *International Journal of Economics and Finance* Vol. 3, No. 3; August 2011.
- Wiagustini, N. L. P., (2007), "Investment Opportunity, Institutional Ownership, Cash Flow, Company Life Cycle terhadap Kebijakan Dividen dan Return Saham". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13 (3), 373-385.
- Wijayanti, S, dan Supatmi, (2009), "Pengaruh Corporate Governance terhadap Kebijakan Dividen". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15 (2), 135 - 146.
- Yusup, D. S., (2002), "Pengaruh Arus Kas Dan Dividen Tahun Sebelumnya Terhadap Pembagian Dividen Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta". Tesis UNDIP tidak dipublikasikan.
- Zainuddin dan Jogiyanto, H., (1999), "Manfaat Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Pertumbuhan Perubahan Laba Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEJ," *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 2 (1), 66 – 90.

Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet iPad (Studi Pada Konsumen iPad di Semarang)

Ferdian Ario Sasongko

Imroatul Khasanah

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

imroatulkhasanah77@yahoo.com

Abstract

This research was based by the increasing number of PC Tablet on the market. One of them is iPad. Where is iPad always been a market leader since its first launch in 2010, although the number of competitor always rise. The aim of the research is to analyze the influence of consumer motivation, perceived quality, and consumer attitudes toward buying decision of the PC Tablet iPad. The result shows that consumers motivation, perceived quality, and consumer attitudes have significant relationship with buying decision. Perceived quality has higher influences for buying decisions than perceived quality and consumer attitudes.

Keywords: *Buying Decision, Consumer Motivation, Perceived Quality, Consumer Attitudes*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Termasuk persaingan bisnis yang semakin ketat yang akhirnya mengakibatkan perubahan perilaku konsumen di dalam mengambil keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan.

Untuk itulah, setiap perusahaan harus

memahami perilaku konsumen pada pasar sasaran karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Kondisi yang selalu berubah mengakibatkan para pemasok mengalami kesulitan di dalam membentuk dan menciptakan pelanggan yang loyal. Perubahan dari kondisi ini juga mengakibatkan terjadinya pergeseran dari perekonomian diantaranya, seperti: (1). Dari produksi yang mengandalkan kemajuan teknologi beralih pada kepuasan konsumen yang mengutamakan pelayanan, (2). Dari konsumsi yang menekankan pada kepuasan beralih ke konsumsi yang menekankan pada pelestarian lingkungan,

pemanfaatan sumber daya secara efisien, pencegahan polusi, dan pendaur ulangan, (3). Menurunnya data beli konsumen sejak terjadinya krisis ekonomi tahun 1997, dimana semua perusahaan tersebut mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga akan mempengaruhi perilaku konsumen yang meliputi 3 hal yaitu: (1). Konsumen mempunyai perhatian yang lebih besar terhadap kualitas dan nilai, (2). Waktu akan sangat berharga bagi konsumen, (3). Kesadaran konsumen terhadap harga semakin besar (Dharmmesta, 1999).

Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah (Kotler, 2005). Seiring dengan berkembangnya teknologi, masyarakat Indonesia Khususnya yang hidup di wilayah perkotaan mulai mengalami perubahan gaya hidup. Saat ini produk komputer yang mulai banyak diperkenalkan oleh beberapa perusahaan adalah Komputer Tablet (Tablet PC). Secara strategi, tablet diluncurkan untuk menyasar ceruk pasar yang masih kosong, antara *notebook* & *smartphone*. Dalam jangka menengah, kehadiran tablet akan mempengaruhi penjualan pasar *notebook* & *smartphone*. Namun, tablet tidak akan menggantikan *notebook* sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. *Notebook* lebih cocok untuk penggunaan aplikasi yang berat seperti *editing* dan presentasi, sedangkan tablet condong untuk *browsing*, *gaming*, dan akses email. Pasar komputer tablet di Indonesia pada tahun ini berpotensi mencapai 200 ribu unit. Faktor harga jual yang semakin

ekonomis bakal menjadi faktor penting penetrasi tablet di Indonesia.

Di sisi penjualan PC tablet, Nielsen menjumpai bahwa tablet Apple iPad masih sangat dominan dengan pangsa pasar 82%. Kemudian di tempat kedua ada Galaxy Tab yang sangat jauh jaraknya dengan market share cuma 4%.

Komputer tablet, bagi sebagian kalangan, ternyata juga meminimalkan pemakaian perangkat lain seperti komputer desktop. Sejumlah 35% pemilik tablet mengaku jadi jarang memakai komputernya. Sedangkan 32% konsumen tablet yang juga punya laptop, jadi cukup jarang menggunakan laptopnya.

Namun PC Tablet juga memiliki kekurangan di balik kelebihan-kelebihan yang dimilikinya. Banyak sistem operasi PC tablet dari berbagai merek. Ada iOS dari Apple, Android dari Google yang menggandeng banyak perusahaan, BlackBerry OS, dan Windows serta paling banyak dijumpai dipasaran. Mencocokkan sistem operasi yang tepat bagi pengguna ibarat mencari jodoh. Setiap orang memiliki ide berbeda tentang apa yang elegan dan indah. Untuk mengetahui lebih lanjut, konsumen perlu mempelajari setiap *platform*. Namun yang perlu diingat, tidak seperti laptop Windows yang memungkinkan mengganti versi-versi perangkat, dalam PC tablet hanya dapat menggunakan satu pilihan sistem operasi. IOS Apple adalah platform selular yang digunakan oleh iPad, seperti yang digunakan di iPhone dan iPod *touch*. Saat ini, banyak konsumen sudah akrab dengan IOS, sistem operasi ini sudah bisa dilihat di mana-mana seperti di televisi dan film. Pada iPad dan

iPad 2, iOS berguna dan berfungsi mirip dengan iPhone, dengan *tweak/modifikasi* tertentu disesuaikan dengan layar lebih besar berukuran 9,7-inci.

Misalnya, aplikasi *Built-in* iPod yang dijalankan di iPad, memiliki menu tambahan untuk pilihan navigasi tambahan yang tidak akan muat pada layar 3,5 inci. Secara umum, kekuatan besar iOS Apple ada dua : pertama, sangat mudah digunakan; kedua, banyaknya pilihan aplikasi yang disediakan untuk iPad (lebih dari 65.000 aplikasi spesifik pada saat tulisan ini ditulis) yang bisa di-*download* dengan mudah dan cepat dan berfungsi dengan baik, tentunya dengan beberapa catatan kecil.

OS mobile produksi Google, Android, memiliki cerita yang berbeda. Ada beberapa versi dari Android, tetapi hanya satu (Android 3.0, alias Honeycomb) yang dirancang khusus untuk tablet. Saat ini, hanya satu PC tablet menggunakan Honeycomb Acer Iconia Tab A500 membuatnya paling layak disebut sebagai pesaing iPad, untuk saat ini. Kelebihan Android 3.0 adalah fitur-fitur yang semakin ditingkatkan, kemampuan multitasking bar lebih baik daripada iOS, serta unggul notifikasi *e-mail*.

Kedua kekuatan tersebut, meskipun bermanfaat, tidak cukup kuat untuk menggulingkan iOS Apple ketika dilihat dari sisi yang lain (atau secara keseluruhan). Tampilan layar Honeycomb, misalnya, dengan mudah berantakan karena ada begitu banyak cara pengaturannya, dibandingkan pengaturan folder seperti yang ditawarkan iOS, iOS tentu lebih baik. PC Tablet pilihan yang anda gunakan akan sangat tergantung

pada preferensi pribadi Anda.

Sejak Android menjadi *open-source*, produsen memiliki beberapa peluang untuk menciptakan desain dan fitur yang berbeda untuk membedakan tablet mereka. Beberapa fitur di antaranya memiliki slot microSD, port USB full-sized, dan *output cro-HDMI*. Sejauh ini, hanya Asus yang bekerja ekstra memasukkan layar kaca mata 3D gratis di Eee Pad Memo dan menawarkan *keyboard* dengan Eee Pad Transformer dan Eee Pad Slider.

Android tidak memiliki pilihan banyak dari segi aplikasi. Bahkan dengan dibukanya toko aplikasi Amazon yang baru saja diumumkan, jumlah aplikasi yang berjalan di tablet dengan OS Honeycomb masih tetap rendah. *Apple App Store* diatur dengan baik dan menawarkan pilihan banyak. Tidak ada pesaing yang bisa mengalahkan kelebihan yang dimiliki toko aplikasi Apple ini. Sebab aplikasi yang dibuat untuk tablet Android harus bekerja di beberapa ukuran layar, sedangkan aplikasi iPad dirancang khusus untuk ukuran satu perangkat. Kedengarannya sederhana, namun variasi dalam ukuran (dan produsen) memperumit segalanya. Semoga OS lain bisa menyusul satu dari sekian kelebihan Apple tersebut, tetapi jika kemudahan mendapat aplikasi bagus adalah prioritas utama Anda, Apple saat ini adalah yang terbaik.

Majalah SWA melakukan survei yang dilakukan oleh Eddy Dwinanto Iskandar dan Sigit A. Nugroho (riset : Dian Solihati) pada sejumlah eksekutif mengenai personal technology dan gadget pilihan mereka. Survei dilakukan pada eksekutif dari berbagai level mulai direktur, vice

president, general manager, manajer senior, manajer dan staf supervisor dari berbagai industri. Responden terdiri dari 56 pria 29 perempuan, dengan rentang usia 20-60 tahun. Survei terutama ditekankan pada 3 kategori gadget: smartphone, notebook atau netbook dan PC tablet. Hasilnya adalah seluruh responden (100%) menyatakan pernah membeli smartphone 98,82%, responden telah membeli notebook dan netbook dan kurang dari separuhnya (42,35%) yang membeli PC tablet.

Berdasarkan merek tablet PC yang mungkin akan dibeli, ternyata ada 3 merek yang mendominasi pilihan responden yaitu Apple (50,59%), Blackberry Playbook (31,76%) dan Samsung Galaxy Tab (31,76%). Dapat disimpulkan bahwa PC Tablet iPad menjadi PC Tablet yang paling diinginkan oleh responden. Sedangkan untuk tablet PC yang telah dimiliki responden 77,78% responden ternyata telah memilih Apple iPad dan posisi kedua 13,89% memilih Samsung Galaxy Tab. Sedangkan kepuasan terhadap tablet PC yang sekarang dipakai dengan menggunakan interval 0-10 ternyata kepuasan pemakaian pada tablet PC iPad mencapai 8,23 dan 8,00 pada tablet PC Galaxy Tab.

Di Indonesia sendiri yang paling mencolok adalah persaingan dua vendor ternama yang menjadi market leader di pasar PC tablet, yaitu antara Apple dengan iPad nya dan Samsung dengan Galaxy Tab besutannya. Kedua tablet tersebut sangat mencuri perhatian masyarakat Indonesia, khususnya para penggemar gadget. Dengan spesifikasi dan penggunaan OS yang berbeda dari keduanya, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan masing-

masing, setiap produk punya *unique selling point* tertentu yang dapat menarik minat konsumen, termasuk harganya. Memang dari kedua vendor tersebut belum dirilis angka penjualan yang pasti mengenai produk mereka di Indonesia, tetapi dari jumlah konsumen dan peningkatan penjualan yang disampaikan oleh Asosiasi Pengusaha Komputer Indonesia (Apkomindo). Dapat disimpulkan bahwa keduanya telah menjadi market leader dan memiliki pangsa pasar di Indonesia yang tidak jauh dengan pangsa pasar global mereka. Apple dengan iPad nya masih merajai penjualan PC tablet di Indonesia sejak pertama kali iPad diluncurkan, Apkomindo merinci bahwa market share iPad di Indonesia sudah mencapai 81% sebuah angka yang fantastis yang menyebabkan Samsung dengan Galaxy Tab nya harus segera mengejar ketertinggalan mereka dengan merebut lebih banyak perhatian konsumen melalui inovasi dari produk mereka.

Selama ini produk-produk dari Apple identik dengan kesan elegan yang dimilikinya, bentuk-bentuk produk yang stylish namun tidak kehilangan sisi glamor nya. Maka dari itu dapat dilihat pada para konsumen iPad yang rata-rata baru merupakan *first buyer*, mereka yang membeli iPad cenderung orang yang membutuhkan perangkat mobile yang dapat mendukung aktivitas mereka yang sangat padat. Begitu juga dengan Samsung Galaxy Tab di desain serupa untuk orang-orang yang memiliki kelekatan dengan gadget mereka. Namun, perlu dipahami bahwa Samsung lebih mengarah ke seluruh segmen pasar demi merebut market share PC tablet yang didominasi oleh iPad.

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan khususnya dibidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 2000).

Hubungannya dengan keputusan pembelian suatu produk atau jasa, pemahaman mengenai perilaku konsumen meliputi jawaban atas pertanyaan seperti apa (what) yang dibeli, dimana (where) membeli, bagaimana kebiasaan (how often) membeli dan dalam keadaan apa (under what condition) barang-barang dan jasa-jasa dibeli. Keberhasilan perusahaan dalam pemasaran perlu didukung pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen, karena dengan memahami perilaku konsumen perusahaan dapat merancang apa saja yang diinginkan konsumen. Sehubungan dengan keberadaan konsumen dan beraneka ragam perilakunya maka produsen harus benar-benar tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginannya. Jadi pada dasarnya pengusaha mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Faktor-

yang dapat mempengaruhi konsumen ada dua hal yaitu faktor internal dan eksternal. Menurut Swasta dan Handoko (2000) faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen antara lain: 1) motivasi dan 2) persepsi. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2000) "Motivation can be described as the driving force within individuals that impels them to action". Artinya motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan. Sedangkan Setiadi (2003) mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Dalam bidang pemasaran Sigit (2002) menjelaskan bahwa motivasi pembelian adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian. Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) "Perception is process by which an individuals selects, organizes, and interprets stimuli into the a meaningful and coherent picture of the world". Kurang lebihnya bahwa persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu

gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Persepsi kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas produk secara keseluruhan berkenaan dengan maksud yang diharapkan, dimana bersifat relatif terhadap alternatif-alternatif. Persepsi kualitas dari suatu produk mempunyai kaitan erat dengan bagaimana suatu merek tersebut dipersepsikan (Aaker, 1996, 1997 dalam Lindawati, 2005). Persepsi kualitas yang dirasakan oleh konsumen berpengaruh terhadap kesediaan konsumen tersebut untuk membeli sebuah produk (Chapman dan Wahlers, 1999).

Selain persepsi akan muncul pula sikap seseorang dalam menilai suatu objek yang akan diminati dan untuk dimiliki. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai.. Menurut Setiadi (2003) bahwa didalam sikap terdapat tiga komponen yaitu: 1) Cognitive component: kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Yang dimaksud objek adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek suatu produk maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan. 2) Affective component: emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. 3) Behavioral component: merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan. Menurut Loudan dan Delabitta (2004) komponen kognitif merupakan kepercayaan terhadap merek,

komponen afektif merupakan evaluasi merek dan komponen konatif menyangkut maksud atau niatan untuk membeli. Sedangkan faktor eksternal datangnya dari luar khususnya dari produsen dalam upayanya memberikan rangsangan kepada konsumen untuk memakai barang atau jasa yang mereka tawarkan.

TELAAH TEORI

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam kehidupan mereka (*American Marketing Society*,).Maka dalam kehidupan sehari-hari keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen didasarkan pada pertimbangan yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Sementara itu perilaku konsumen dapat dipengaruhi melalui pemasaran yang terampil karena hal ini dapat membangkitkan motivasi maupun perilaku apabila hal tersebut didukung dengan produk atau jasa didesain semenarik mungkin dan sedemikian rupa guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Kemudian Swasta dan Handoko (2000) menambahkan adanya faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen itu sendiri, disini disebutkan terdapat dua bagian besar yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Motivasi Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) "*Motivation can be described as the driving force within individuals that impels them to action*". Artinya motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang

yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan.

Setiadi (2003) mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen.

Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut (Sumarwan, 2004).

Persepsi Kualitas

Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Persepsi terhadap kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan dari suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Zeithaml dalam Muafi dan Effendi, 2001).

Sedangkan menurut Durianto, et al. (2004) pembahasan *perceived quality* pelanggan terhadap produk dan atau atribut yang dimiliki produk (kepentingan tiap

pelanggan berbeda).

Persepsi kualitas meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana suatu merek dipersepsikan sehingga dengan diketahuinya persepsi pelanggan terhadap kualitas dari merek yang dimiliki maka perusahaan dapat menentukan langkah-langkah apa yang dapat diambil guna memperkuat persepsi pelanggan terhadap merek yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Persepsi kualitas dipengaruhi oleh dua dimensi, yaitu dalam bentuk kualitas produk dan kualitas jasa (Lindawati, 2005).

Persepsi terhadap kualitas yang positif dapat dibangun melalui upaya identifikasi dimensi kualitas yang dianggap penting oleh pelanggan, dan membangun persepsi terhadap kualitas pada dimensi penting merek tersebut. Jika suatu produk mempunyai persepsi kualitas yang jelek maka akan berpengaruh terhadap merek dari produk tersebut juga akan menjadi jelek. Ini berarti bahwa semakin tinggi yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin tinggi pula kesediaan konsumen tersebut untuk akhirnya membeli (Chapman dan Wahlers, 1999).

Sikap Konsumen

Selain persepsi akan muncul pula sikap seseorang dalam menilai suatu objek yang akan diminati dan untuk dimiliki. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai. Sikap adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan objek, orang atau suatu peristiwa. Sikap adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap

dirinya sendiri, orang lain, objek, atau isu (Petty, Cociopio, 1986 dalam Azwar, 2000).

Sedangkan definisi sikap menurut Allport dalam Setiadi (2003) adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku. Definisi yang dikemukakan oleh Allport tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten.

Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, hanya saja semua proses tersebut tidak semua dilaksanakan oleh para konsumen. Berdasarkan tujuan pembelian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu konsumen akhir atau individual dan konsumen organisasional atau konsumen industrial. Konsumen akhir terdiri atas individu dan rumah tangga yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi. Sedangkan konsumen organisasional terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang dan lembaga non-profit, tujuan pembeliannya adalah untuk keperluan bisnis atau meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian akan diwarnai oleh ciri kepribadiannya, usia, pendapatan dan gaya hidupnya.

Proses keputusan pembelian menurut

Setiadi (2003) terdiri lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, pasca pembelian. Keputusan pembelian menunjukan kesimpulan terbaik konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen melakukan kegiatan dalam mencapai kesimpulannya. Kualitas setiap kegiatan membentuk totalitas kesimpulan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

• Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian

Motivasi yang ada pada seseorang (konsumen) akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Jadi motivasi bukanlah sesuatu yang dapat diamati, tetapi adalah hal yang dapat disimpulkan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dalam diri orang tersebut, kekuatan pendorong inilah yang kita sebut motivasi.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) *“Motivation can be described as the driving force within individuals that impels them to action”*. Artinya motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli

produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak.

Setiadi (2003) mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dalam motivasi terdapat hubungan saling berkaitan dengan faktor-faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi. Faktor-faktor tersebut membangun atau mempengaruhi motivasi pembeli untuk melakukan suatu tindakan. Dalam motivasi terdapat hubungan saling berkaitan dengan faktor-faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi. Faktor-faktor tersebut membangun atau mempengaruhi motivasi pembeli untuk melakukan suatu tindakan. Motivasi seseorang sangat berhubungan erat dengan perilakunya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi (Kotler, 2005). Selanjutnya, faktor-faktor tersebut berperan sangat besar pula dalam melatarbelakangi dan menentukan motivasinya untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

H₁: Motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

• Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian

Persepsi terhadap kualitas keseluruhan dari suatu produk atau jasa dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh secara langsung kepada keputusan pembelian konsumen dan loyalitas mereka terhadap merek (Durianto,

et al., 2004). Persepsi kualitas yang baik akan mendorong keputusan pembelian dan menciptakan loyalitas terhadap produk tersebut. Selanjutnya mengingat persepsi konsumen dapat diramalkan maka jika persepsi kualitasnya negatif, produk tidak akan disukai dan tidak akan bertahan lama di pasar. Sebaliknya, jika persepsi kualitas pelanggan positif maka produk akan disukai.

Banyak konteks menyebutkan persepsi kualitas sebuah merek menjadi alasan penting pembelian serta merek yang mana akan dipertimbangkan pelanggan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan merek yang akan dibeli (Durianto, et al., 2004). Selain itu persepsi kualitas yang terkait erat dengan keputusan pembelian maka persepsi kualitas dapat mengefektifkan semua elemen program pemasaran khususnya program promosi (Durianto, et al., 2004).

Persepsi merupakan realitas yang dinyatakan oleh konsumen dalam membuat keputusan, hal ini disebutkan Cleland dan Bruno dalam Simamora (2002) bahwa kualitas ada bila telah masuk ke dalam persepsi konsumen (*quality only as is perceived by customers*) yang berarti bila konsumen telah mempersepsikan kualitas sebuah produk sebagai bernilai rendah, maka kualitas produk itu rendah dan sebaliknya apapun kualitasnya. Maka disini persepsi menjadi lebih penting dari pada realitas karena konsumen membuat keputusannya berdasarkan persepsi bukan realitas.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Lindawati (2005) konsumen percaya bahwa

berdasarkan evaluasi mereka terhadap kualitas produk akan dapat membantu mereka untuk mempertimbangkan produk mana yang akan mereka beli. Menurut Lindawati (2005) sendiri menyatakan beberapa peneliti telah mencoba untuk mengintegrasikan konsep kualitas produk sebagai dasar pembelian produk oleh konsumen dan sebuah studi menunjukkan bahwa dengan adanya produk quality akan menyebabkan tingkan pembelian yang semakin tingi pula.

Lebih lanjut dalam penelitiannya, Vranesevic (2003) memasukkan salah satu variabelnya yaitu persepsi terhadap kualitas dalam proses pembelian diantara alternatif yang ada dimana konsumen akan pertama kali mempersepsikan merek sebagai tanda kualitasnya (penampilan fisik dan pengemasan, harga, dan reputasi dalam jaringan penjualan). Hasil akhir penelitiannya menunjukkan hal yang sama bahwa persepsi atas kualitas menjadi faktor dominan dalam pemilihan merek, implikasinya ditunjukkan dalam fakta dimana terjadi probabilitas peningkatan melalui tingkat pembelian serta kekuatan di dalam persaingan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

H₂: Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

• Hubungan Sikap Konsumen dengan Keputusan Pembelian

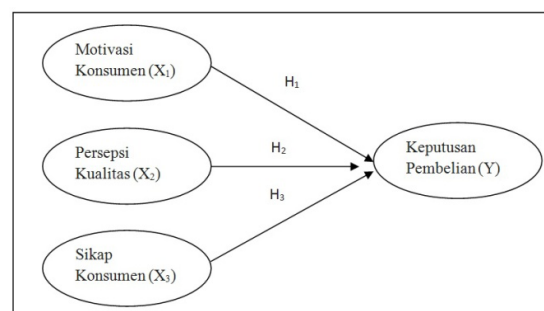
Menurut Setiadi (2003) ada dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama

adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap oranglainakanmengurangialternatifpilihan seseorang akan tergantung pada dua hal: (1). Intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen dan (2). Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakinbesarkemungkinankonsumenakan menyelesaikan tujuan pembeliniannya.

Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap obyek yang dinilai. Sikap adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan obyek,orang atau suatu peristiwa.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₃: Sikap konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian



Gambar 1

Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber: kumpulan berbagai jurnal

Hipotesis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

(H₁) : Motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian PC tablet iPad.

(H₂) : Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian PC tablet iPad.

(H₃) : Sikap konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian PC tablet iPad.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Motivasi Konsumen Keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan (Setiadi, 2003).

Persepsi Kualitas Persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan dari suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Zeithaml dalam Muafi dan Effendi, 2001).

Sikap Konsumen Kecenderungan dalam memberikan tanggapan terhadap suatu objek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten (Allport dalam Setiadi, 2003).

Keputusan Pembelian Suatu proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibelinya (Kotler, 2005).

Populasi dan Sampel Penelitian

• Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PC tablet iPad di Kota Semarang.

• Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dan dianggap dapat mewakili populasi

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan non probability sampling yaitu purposive sampling

Berdasarkan purposive sampling, peneliti memilih sampel purposif secara subjektif dan dalam pemilihan sampel digunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian yang dikembangkan (Ferdinand 2006).

Sampel yang diambil adalah yang peneliti temui di lapangan tanpa ada perencanaan pertemuan terlebih dahulu

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.

- **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkorelasi (diatas 0,9) dan nilai R² yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF (Variance Inflation Factor) > 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas (Imam Ghozali, 2006).

- **Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

- **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2006).

- **Uji Goodness of Fit**

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan Goodness of Fitnya. Secara staistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik

- **Uji F (Uji Simultan)**

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah semua variabel independen (X1: Motivasi Konsumen; X2: Persepsi Kualitas; X3: Sikap Konsumen) yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y: Keputusan Pembelian) (Ghozali 2006).

- **Uji t (Uji Parsial)**

Uji t yaitu suatu uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (X1: Motivasi Konsumen; X2: Persepsi Kualitas; X3: Sikap Konsumen) secara parsial atau individual terhadap variabel dependen (Y: Keputusan Pembelian).

- **Koefisien Determinasi (R²)**

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekat ke satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

- Uji Multikolinearitas

Tabel 1

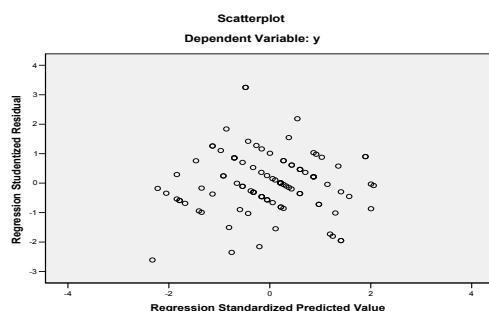
Nilai *Tolerance* dan VIF

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Motivasi Konsumen	0,963	1,038
Persepsi Kualitas	0,994	1,006
Sikap Konsumen	0,966	1,035

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas, terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 0,10 yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas yang lebih dari 95%.

- Uji Heterokedastisitas

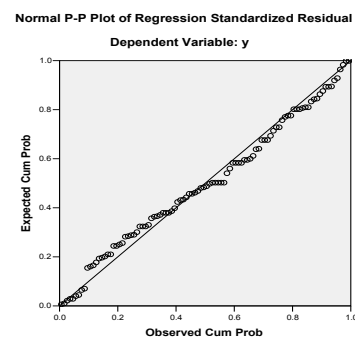


Gambar 2

Grafik *Scatterplot*

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Dari grafik *scatterplot* di atas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3

Grafik *Normal Probability Plot*

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Grafik normal probality plot di atas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- Analisis Regresi Berganda

Dari hasil tersebut, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,396X_1 + 0,466X_2 + 0,179X_3$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X₁ : Motivasi Konsumen

X₂ : Persepsi Kualitas

X₃ : Sikap Konsumen

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel independen Motivasi Konsumen (X₁) berpengaruh positif dengan nilai 0,396 terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).
2. Variabel independen Persepsi Kualitas (X₂) berpengaruh positif dengan nilai 0,466 terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).
3. Variabel independen Sikap Konsumen (X₃) berpengaruh positif dengan nilai 0,179 terhadap variabel dependen

Keputusan Pembelian (Y).

4. Variabel independen Persepsi Kualitas adalah variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

Uji Goodness of Fit

- Uji F (Uji Simultan)

Tabel 2
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
1					
	Regression	128,871	3	42,957	27,887
	Residual	147,879	96	1,540	
	Total	276,750	99		

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test pada table 4.21 didapatkan F hitung sebesar 27,887 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (27,887 lebih besar dari 3,94) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi motivasi konsumen (X_1), persepsi kualitas (X_2), dan sikap konsumen (X_3) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y).

- Uji t (Uji Parsial)

Tabel 3
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Unstandardized	B	-1,782	,433	,493	,186
Coefficients	Std. Error	1,526	,083	,079	,079
Standardized Coefficients	Beta	,396	,466	,179	
t		-1,167	5,215	6,220	2,359
Sig.		,246	,000	,000	,020
Correlations	Zero-order		,462	,502	,273
	Partial		,470	,536	,234
	Part		,389	,464	,176
Collinearity Statistics	Tolerance		,963	,994	,966
	VIF		1,038	1,006	1,035

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

1. Nilai t hitung pada variabel Motivasi Konsumen (X_1) adalah sebesar 5,215

dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kesimpulan: variabel motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Nilai t hitung pada variabel Persepsi Kualitas (X_2) adalah sebesar 6,220 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kesimpulan: variabel persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Nilai t hitung pada variabel Sikap Konsumen (X_3) adalah sebesar 2,359 dengan tingkat signifikansi 0,020.

Kesimpulan: variabel sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^a		
R		,682 ^a
R Square		,466
Adjusted R Square		,449
Std. Error of the Estimate		1,24113
Change Statistics	R Square Change	,466
	F Change	27,887
	df1	3
	df2	96
	Sig. F Change	,000

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan Tabel 4.23 terlihat tampilan output SPSS model summary besarnya Adjusted R Square adalah 0,449. Hal ini berarti hanya 44,9% variasi keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen di atas. Sedangkan sisanya 55,1% ($100\% - 44,9\% = 55,1\%$) dijelaskan oleh sebab sebab lain diluar model.

SIMPULAN

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah mengapa konsumen cenderung memilih iPad sebagai pilihan PC Tablet mereka daripada PC Tablet yang lain. Tingkat kepuasan terhadap merek PC tablet iPad yang mereka miliki cenderung lebih menempatkan iPad diatas merek PC Tablet yang lain. Sejak diluncurkan pada tahun 2010 iPad menjadi leader dalam pengembangan PC Tablet di dunia sehingga iPad dapat dengan mudah menjadi *market leader* di pasar PC Tablet hal yang sama juga terjadi di Indonesia. Meski mendapat persaingan yang ketat dari para pesaingnya, iPad mampu membuktikan bahwa merekalah yang menjadi *market leader*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian oleh konsumen diantara variabel bebas lainnya yang diteliti yaitu sebesar 0,466. Kemudian pengaruh terbesar berikutnya adalah variabel motivasi konsumen sebesar 0,396 dan variabel sikap konsumen sebesar 0,179.
2. Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad terbukti kebenarannya. Hal ini berarti motivasi konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk PC Tablet iPad. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen PC Tablet iPad yang menyatakan bahwa mereka membeli PC Tablet iPad karena PC Tablet iPad memiliki kualitas yang benar-benar dapat di andalkan
3. Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa persepsi kualitas konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad terbukti kebenarannya. Hal ini berarti persepsi kualitas merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk PC Tablet iPad. Konsumen yakin bahwa berdasarkan evaluasi mereka terhadap kualitas akan dapat membantu dalam mempertimbangkan produk mana yang akan mereka beli. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen PC Tablet iPad yang menyatakan bahwa mereka membeli PC Tablet iPad karena PC Tablet iPad memiliki kualitas yang benar-benar dapat di andalkan
4. Hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa sikap konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad terbukti kebenarannya. Hal ini berarti sikap konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk membeli PC Tablet iPad. Pengaruh positif ini Nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen PC tablet iPad yang menyatakan bahwa mereka merasa senang dan sangat terbantu dengan kinerja yang dimiliki PC Tablet iPad dalam melakukan pekerjaan yang mereka kerjakan.
5. Variasi keputusan pembelian di jelaskan oleh variabel motivasi konsumen,

persepsi kualitas, dan sikap konsumen sebesar 44,9% sedangkan sisanya 55,1% dijelaskan oleh variabel-variabel diluar model.

Keterbatasan

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dijadikan untuk melakukan perbaikan pada penelitian mendatang. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Dalam proses pengambilan data primer, penelitian ini menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada responden yang menanyakan pendapatnya tentang suatu permasalahan. Dalam menjawab aspek-aspek yang ditanyakan, responden tidak terlepas dari subjektivitas dalam memberikan informasi yang menjadikan informasi yang didapatkan kurang detail.
2. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah pada nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai Adjusted R Square penelitian ini adalah 0,449 yang berarti bahwa variabel-variabel yang diajukan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian sebesar 44,9%. Hal ini memberi peluang sebesar 55,1% pada variabel-variabel atau aspek-aspek lain diluar model penelitian untuk menjelaskan variasi keputusan pembelian.
3. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, meskipun sebenarnya pemilihan alat analisis yang lain bisa diterapkan misalnya dengan metodologi yang lebih sederhana yaitu PLS.

Saran

Saran praktis dimunculkan berdasarkan

teori-teori yang telah dibangun dan didasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh. Hasil pengujian analisis dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan informasi bagi penyusunan rencana strategis pemasaran PC Tablet di Indonesia.

Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil penelitian yang menghasilkan urutan pengaruh proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap PC Tablet iPad yaitu: motivasi konsumen, sikap konsumen, dan persepsi kualitas. Maka dapat diajukan beberapa saran kepada Apple Inc dan para authorized dealernya adalah sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kualitas memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad. Hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh perusahaan mengingat bahwa indikator yang dipakai dalam pengukuran variabel ini adalah kemudahan penggunaan, karakteristik tambahan yang menjadi pembeda, dan keandalan barang di produk tersebut. Oleh karenanya tingkatkan kualitas PC Tablet iPad melalui inovasi yang terus menerus dan riset pada pasar pada saat ingin melakukan produksi PC Tablet untuk mengetahui tanggapan dari para calon konsumen. Berdasarkan jawaban responden, mayoritas berpendapat bahwa teknologi dari PC Tablet iPad sangat dapat diandalkan khususnya pada penggunaan hardware-hardware yang digunakan yang menjadikan iPad sebagai innovator dalam perkembangan PC Tablet. Serta kemudahan penggunaan

dan *interface* yang dimiliki oleh PC Tablet iPad memberikan poin tersendiri bagi konsumen, untuk itu perlu dipertahankan keunggulan ini tanpa mengesampingkan adanya pembaharuan *interface* pada pengoperasian PC Tablet iPad. Desain dari PC Tablet iPad yang terkesan lebih elegan dan stylish dibandingkan para pesaingnya merupakan cirri khusus yang menjadikan masyarakat mengenal dan memiliki prestise tersendiri ketika menggunakan PC Tablet iPad.

2. Variabel motivasi konsumen menunjukkan seberapa jauh motivasi konsumen mempengaruhi keputusan pembelian PC Tablet iPad, dimana ini merupakan penggerak intern bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian PC Tablet iPad. Indikator yang digunakan dalam variabel ini adalah harga produk, kualitas produk, dan ketersediaan barang. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka tidak keberatan dengan harga dari PC Tablet iPad karena mereka mendapatkan kualitas yang terbaik yang ada pada PC Tablet iPad, ini menjadi catatan tersendiri karena sebagai *market leader* tentunya Apple Inc dan para *authorized dealer*nya harus memperhatikan harga, untuk harga dari PC Tablet iPad memang Apple Inc telah menerapkan strategi yang bagus dengan menempatkan PC Tablet iPad sebagai barang premium didukung *Brand Equity* dari Apple sendiri menjadikan PC Tablet iPad dapat mempercayakan harga yang tinggi dengan kualitas sehingga harga tidak menjadi suatu indikator yang negatif dalam motivasi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian PC Tablet iPad. Banyaknya user atau konsumen PC Tablet iPad juga

mendorong calon konsumen potensial untuk menjadi konsumen karena mereka termotivasi dengan banyaknya user PC Tablet iPad di lingkungan mereka, sehingga mereka lebih tertarik untuk menggunakan PC Tablet iPad.

3. Terakhir variabel sikap konsumen juga merupakan variabel yang penting karena sikap konsumen yang positif akan produk PC Tablet iPad juga merupakan pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad. Meski variabel ini memiliki nilai dibawah dua variabel sebelumnya, variabel ini tidak boleh di kesampingkan begitu saja karena variabel ini menggunakan indikator merek produk, pengetahuan tentang produk, dan perasaan seseorang terhadap produk. Mayoritas konsumen mengetahui dengan baik baik dari kualitas maupun faktor lainnya mengenai merek dan produk yang mereka gunakan. Untuk itulah sikap konsumen ini akan semakin menguatkan keputusan konsumen akan pembelian PC Tablet iPad. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka telah mengenal baik merek Apple dan memiliki pengetahuan tentang produk tersebut, oleh karenanya konsumen tidak ragu dalam menentukan keputusan pembelian PC Tablet iPad. Ini di buktikan dengan *brand equity* apple yang sangat kuat sehingga dapat dengan mudah menciptakan *brand awareness* di masyarakat. Responden juga menyatakan mereka merasa senang menggunakan PC Tablet iPad karena PC Tablet iPad banyak membantu dalam mengerjakan beberapa pekerjaan.

Saran Penelitian yang Akan Datang

Penelitian yang akan datang disarankan

untuk menambah variabel-variabel baru yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian PC Tablet iPad, sehingga mampu memberikan nilai indeks yang lebih tinggi serta dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin. 2000. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Chapman, Joe dan Russ Wahlers. 1999. A Revision and Empirical Test of the Extended Price Perceived Quality Model. *Journal of Marketing*. p. 53-64.

Dharmmesta, B.S. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 14 (3). hal 73-78.

Durianto, Darmadi, et al. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Lindawati. 2005. Analisis Kesadaran

Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek pada Produk Merek “Lifebouy” di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 4 (1). hal. 47-70.

Loudan, David L and Albert J. Della Bitta. 2004. *Consumer Behavior Concepts and Applications*. Third Edition. Singapore: MC Graw Hill Inc.

Muafi dan M.I. Effendi. 2001. Mengelola Ekuitas Merek: Upaya Memenangkan Persaingan di Era Global. *EKOBIS*. Vol.2. No.3.

Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*, 7th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media. .

Sigit, Soehardi. 2002. *Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Permasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

Vranesevic, Thomir. 2003. The Effect of The Brand on Perceived Quality of Food Product. *Britist Food Journal*. Vol. 105. No. 11. p. 811-825.

Pengaruh Orientasi Stratejik *Entrepreneurs* Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm : Studi Pada Ukm Batik Di Kabupaten Sragen.

Fitri Lukiaastuti
Yanuar Rachmansyah
STIE Bank BPD Jateng
flaluki@yahoo.com

Abstrak

Analisis paper ini ditinjau dari karakteristik manajemen RBV (resource-based view) UKM...menurut orientasi stratejik para pemilik dan/atau para manajer UKM...dan konsekuensinya terhadap kinerja UKM dan efisiensi usaha. Tipologi strategi yang dikembangkan berasal dari tipologi Miles dan Snow, yang memiliki implikasi penting bagi pihak manajemen UKM, karena berdasarkan orientasi stratejik yang dimiliki oleh para pemilik dan/atau manajer UKM – defender, prospector, atau analyzer – perusahaan dapat lebih memfokuskan pada perluasan beberapa aspek-aspek manajemen usahanya, seperti posisi teknologikal, inovasi, disain organisasional, dan manajemen/pengelolaan sumber daya manusianya. Lebih jauh, aspek-aspek manajemen ini secara luas dapat menentukan kinerja UKM dan efisiensi usahanya. Sampel yang diambil berasal dari.....UKM di..... Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya korelasi yang diharapkan, mengungkapkan adanya perbedaan yang signifikan antara UKM prospector, UKM analyzer, dan UKM defender berkenaan dengan faktor-faktor utama karakteristik manajemen, dan perbedaan pengaruh setiap orientasi stratejik terhadap kinerja UKM.

Pendahuluan

Industri kecil menengah (IKM) memegang peranan yang menentukan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, dan oleh karenanya perlu lebih dikembangkan secara seimbang dan terpadu dengan meningkatkan peran serta masyarakat secara aktif serta mendayagunakan secara optimal seluruh sumber daya alam, manusia dan dana yang tersedia.

Berbagai kebijakan pemerintah dalam rangka pengembangan industri kecil dan menengah, ditujukan untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri

kecil dan menengah dengan berusaha memberikan kemudahan dan bantuan di berbagai aspek yang merupakan kendala bagi IKM antara lain, aspek pemasaran, aspek teknologi produksi, aspek organisasi dan manajemen serta aspek keuangan. Pembangunan sektor IKM dapat dilakukan dengan memberdayakan IKM agar lebih efisien, produktif dan berdaya saing dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif dan peluang usaha yang seluas-luasnya (Program OVOP, Disperindag Provinsi Jateng, Juli 2012).

Usaha kecil dan menengah merupakan

salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi. Gerak sektor UKM sangat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan mereka juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan. Secara keseluruhan, sektor UKM diperkirakan menyumbang sekitar lebih 50% PDB (kebanyakan berada di sektor pertanian dan perdagangan) dan sekitar 10% dari ekspor.

Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi oleh UKM antara lain meliputi : (1) faktor internal antara lain kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan, kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, mentalitas pengusaha UKM, dan kurangnya transparansi, (2) faktor eksternal antara lain iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, pungutan liar, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, sifat produk dengan ketahanan pendek, terbatasnya akses pasar, dan terbatasnya akses informasi.

Berdasarkan informasi dari Disperindag (Juli, 2012), sektor industri di Kabupaten Sragen menyumbang kontribusi paling tinggi, adapun jumlah industri menurut kelompok industri dan jumlah tenaga kerja yang terserap di kelompok industri pada tahun 2010.

Tabel 1

Jumlah Industri di Kabupaten Sragen

No	Uraian	Satuan	Jumlah
1	IKM		
	a. Jumlah IKM	Unit	16.792
	b. Jumlah TK IKM	orang	63.388
	c. Jumlah Investasi IKM	Rp juta	488.528
2	Industri Besar		
	a. Jumlah IB	Unit	13
	b. Jumlah TK IB	orang	13.852
	c. Jumlah investasi IB	Rp juta	605.796
3	Jumlah sentra industri	sentra	110

Sumber : Pemerintah Kab. Sragen (Disperindag, Juli 2012).

Gambaran Umum Objek Penelitian

Khalayak umumnya mengenal Solo, Pekalongan, Yogyakarta sebagai penghasil utama kain batik di Indonesia. Sedikit yang mengetahui bahwa Sragen sebenarnya merupakan daerah penghasil kain batik. Terdapat 4.769 unit dengan kapasitas produksi 60.075 kodi / bulan. Bahkan, kain batik dengan desain khas karya perajin Sragen justru banyak membanjiri pasar batik di Solo, Yogyakarta, Pekalongan, Surabaya, Denpasar, dan Jakarta. Batik Sragen juga telah menembus pasar luar negeri, antara lain Malaysia, Singapura, Afrika, Amerika, dan Jepang (marketing.sragenkab.go.id/marketings.html).

Batik merupakan salah satu kerajinan tradisional yang menjadi produk unggulan Kabupaten Sragen. Di Sragen, saat ini terdapat lebih dari 15.000 pembatik, 44 fasilitas show room. Adapun industri batik di Sragen mencapai 4.577 unit dengan kapasitas produksi mencapai lebih dari 770.220 potong/tahun. Produksi batik Sragen meliputi batik tulis, cap, dan printing dengan berbagai ragam produk seperti Sarimbit, Sarung Selendang, jarik, kemeja, dan blus. Karya pengrajin batik Sragen telah menembus pasar nasional

dan Manca Negara. Pengrajin batik di Kabupaten siap melayani permintaan batik dari investor yang tertarik dengan industri batik (investasi.sragenkab.go.id/produk.html). Namun karya tradisional bangsa Indonesia itu kini mulai digemari bahkan dicari banyak orang. Batik yang dahulu dianggap kuno kini menjadi trend mode yang memberikan kesan tersendiri bagi pemakainya. Motif dan warna batik kini telah berkembang mengikuti jaman sehingga batik layak digunakan diberbagai event baik formal maupun non formal.

Di kabupaten ini terdapat dua lokasi sentra batik yakni Kecamatan Plupuh dan Masaran. Di Kecamatan Masaran terdapat dua desa yang menjadi sentra batik yakni Desa Pilang dan Desa Kliwonan, sedangkan di Kecamatan Plupuh terdapat satu desa yakni Desa Pungsari. Letak ketiga desa tersebut saling berdekatan, dan bersebrangan di sisi utara dan selatan Sungai Bengawan Solo. Berada di pinggir sungai, kawasan ini juga dikenal dengan sebutan Sentra Batik Girli (Pinggir Kali). Ada juga yang mengenalnya dengan sebutan sentra Batik Kliwonan karena mengambil nama salah satu desa produsen yang berlokasi di Kecamatan Masaran.

Di sentra batik Kliwonan terdapat sedikitnya 85 UKM pengrajin batik yang bisa menyerap hingga 5000 tenaga kerja pembuat batik. Bila ditotal secara keseluruhan terdapat lebih dari 15.000 pembuat batik yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten Sragen. Dalam setahun para perajin tersebut mampu menghasilkan batik jenis katun sebanyak 50.000 potong dan batik jenis sutra dari alat tenun bukan mesin (ATBM) sebanyak 365.000 potong.

Sejak dulu, batik yang dihasilkan di sentra batik ini banyak dijual ke pengepul Batik Solo dan diberi label oleh pengepul ataupun dijual langsung ke pemilik kios di Pasar Klewer Solo. Inilah sebabnya mengapa Batik Kliwonan atau Batik Sragen kurang terkenal dibandingkan Batik Solo. Namun saat ini, Pemerintah Kabupaten Sragen telah mendirikan kawasan Desa Wisata Batik di lokasi Sentra Batik Kliwonan yang diarahkan menjadi kawasan kunjungan wisata, pusat pengembangan, pusat pelatihan, dan pemasaran batik khas Sragen. Sehingga pemasaran batik dari kedua kecamatan tersebut sudah tidak lagi terpusat ke sejumlah pengepul di Solo, namun bisa menjual langsung batik ke konsumen lain yang datang ke kawasan Desa Wisata Batik.

Tinjauan Pustaka

Studi dan penjelasan daya saing usaha merupakan tema yang sudah berulang kali diuji oleh para akademisi, konsultan, dan para praktisi. Internasionalisasi ekonomi, perubahan yang terus terjadi dan tidak pasti, meningkatnya persaingan diantara perusahaan, kebutuhan inovasi yang berkelanjutan, dan meningkatnya penggunaan teknologi informasi mendorong perusahaan untuk menghadapi tantangan untuk meningkatkan daya saing mereka. Kesulitan-kesulitan tersebut lebih banyak dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) karena skala ekonomis dan sumber daya yang mereka miliki lebih sedikit daripada perusahaan besar. Namun demikian, UKM memiliki fleksibilitas yang cukup tinggi untuk menghadapi perubahan-perubahan tersebut karena organisasi internal yang mereka miliki lebih sederhana, lebih cepat dalam melakukan

adaptasi dan merespon perubahan (Sanchez & Sanchez, 2005).

Dalam usahanya untuk menghadapi perubahan tersebut, perusahaan wirausaha (*entrepreneurial firm*)/UKM tersebut akan menetapkan kegiatan-kegiatan inti yang berupa kegiatan untuk mengidentifikasi peluang-peluang wirausaha (*entrepreneurial opportunities*) (Singh, 2001), menarik, mengalokasikan dan mengeksplorasi sumber daya-sumber daya strategik (Snow & Hrebiniak, 1980; Black & Boal, 1994; Borch, Huse & Senneseth, 1999) dalam rangka untuk membangun kapabilitas spesifik usahanya (Brush, Greene, Hart & Haller, 2001). Lebih jauh lagi, kegiatan-kegiatan tersebut akan berhadapan dengan situasi yang penuh dengan ketidakpastian (Grand, von Krogh & Pettigrew, 1999; Gomez & Jones, 2001), sehingga dalam mengembangkan keberhasilan kegiatan-kegiatan usaha, maka perusahaan perlu untuk tetap memperhatikan (*respect*) pada perubahan kondisi pasar, peluang usaha dan *trend* perkembangan teknologi, ketepatan model-model usaha potensial, partner strategik yang relevan, atau kompetensi strategik masa depan dan aktual (Hamel, 2000).

Situasi-situasi seperti ini mengungkapkan bahwa UKM-UKM tersebut membutuhkan saran/masukan untuk menemukan proses manajemen yang lebih efisien sehingga UKM-UKM dapat menerapkan strategi-strategi yang dapat meningkatkan kinerja usaha mereka. Dalam beberapa tahun terakhir ini, dalam literatur strategik yang digambarkan melalui teori RBV (*resource*

based view) yang diperkenalkan oleh Barney (1991), Prahalad & Hamel (1990), dan Wernerfelt (1984), selalu menekankan pada relevansi sumber daya internal – terutama untuk kealamiah faktor-faktor *intangible* – sebagai faktor-faktor penentu daya saing (Hall, 1993, 1992 dalam Sanchez dan Marin, 2005), dan dengan melalui peningkatan intensitas daya saing, maka kompetensi di antara UKM-UKM tersebut, bisa semakin meningkat dalam industri. Adapun faktor-faktor *intangible* tersebut antara lain perubahan dan organisasi, pengelolaan SDM, inovasi, dan sumber daya teknologikal. Menurut Miller (1983, p.771) sebuah perusahaan wirausaha (UKM) merupakan salah satu yang terlibat dalam inovasi pasar produk, melakukan usaha-usaha (*ventures*) berisiko, dan merupakan yang pertama untuk muncul melalui inovasi proaktif, dan dapat memukul mundur para pesaing.

Namun masih ada keraguan terhadap daya saing UKM ini. Apakah peningkatan pengelolaan/ manajemen perusahaan bisa mempengaruhi daya saing? Strategi apa yang harus diikuti? Faktor-faktor apa yang benar-benar dapat menjelaskan keberhasilan daya saing? Orientasi strategik perusahaan dapat dianggap sebagai suatu elemen penting melalui implikasinya dalam manajemen dan efisiensi UKM. Berdasarkan orientasi strategik yang diadopsi tersebut, perusahaan dapat menekankan beberapa aspek-aspek seperti posisi teknologikal, inovasi, disain organisasional dan pengelolaan personalia. Aspek-aspek manajemen ini sangat menentukan kinerja perusahaan dan efisiensi usaha (Hambrik, Hrebiniak, 1983;

Snow & Hrebiniak, 1980 dalam Sanchez & Marin, 2005).

Orientasi strategik berkenaan dengan pola perilaku utama perusahaan – yaitu kecenderungan sebuah organisasi untuk mengungkapkan, mengembangkan dan memelihara serangkaian tanggapan atau respon dirinya terhadap perubahan lingkungan (Hofer dan Schendel, 1978; Miles dan Snow, 1978). Beberapa studi menemukan bahwa dimungkinkan untuk mengelompokkan perusahaan-perusahaan dalam sebuah industri khusus berdasarkan orientasi strategiknya (Dess dan davis, 1982; Davig, 1986; Miles dan Snow, 1978; Porter, 1980). Menurut Dess dan Davis (1982), mempelajari orientasi strategik subkelompok dalam sebuah industri dapat lebih bermanfaat bila memiliki kesamaan strategik, termasuk orientasinya.

Diantara berbagai tipologi orientasi strategik, tipologi Miles dan Snow (1978) yang paling banyak mendapat perhatian (Connant, 1986; Davig, 1986; Hambrick, 1983; Miles, 1982; Smith, Guthrie dan Chen, 1986; Venkatraman, 1986). Miles dan Snow (1978) mengidentifikasi empat orientasi strategik, yaitu : bertahan (*defender*), prospektor (*propector*), penganalis (*analyser*), dan cepat beraksi (*reactor*). Menurut Miles dan Snow, organisasi dalam masing-masing kategori tersebut merangkum pola perilaku konsisten dalam keputusan-keputusan yang berkenaan dengan berbagai kekuatan lingkungan. Adapun deskripsi orientasi-orientasi terebut ada dalam Tabel 2.

Tabel 2
Tipologi Model Miles dan Snow

<i>Defender</i>	Organisasi-organisasi dengan orientasi ini cenderung memiliki domain/ wilayah pasar atau produk yang sempit. Perusahaan akan mencoba untuk menciptakan dan memelihara ceruk yang memiliki <i>range</i> produk atau jasa yang terbatas. Perusahaan juga memiliki basis teknologi yang terbatas (karena wilayahnya yang sempit). Perusahaan tidak mencoba untuk mencari peluang-peluang baru di luar domainnya, sehingga perusahaan ini menjadi sangat tergantung pada area pasar/produknya yang terbatas. Dan mereka akan melindungi domainnya melalui penentuan harga rendah, kualitas yang lebih tinggi, penyampaian produk yang lebih baik (<i>superior delivery</i>) dan lain-lain. Struktur perusahaan <i>defender</i> dicirikan sebagai sebuah elaborasi hirarki formal dan tingkat sentralisasi yang tinggi.
<i>Prospector</i>	Perusahaan <i>prospector</i> secara kontinu mencari peluang-peluang baru. Ia memiliki domain/wilayah pasar atau produk yang luas dan fleksibel, dan berbasis teknologi yang luas. Perusahaan tipe ini sering menciptakan perubahan dan ketidakpastian dalam lingkungan usahanya. Struktur organisasinya memiliki tingkat formalisasi dan rutinisasi, desentralisasi, lateral dan komunikasi vertikal yang rendah. Perusahaan semacam ini memiliki respon yang cepat terhadap tanda-tanda awal munculnya peluang baru dan biasanya menjadi yang pertama untuk memasuki area pasar/produk baru. Tidak perlu adanya keberhasilan dalam semua usahanya, maupun keharusan efisiensi begitu inovasi pasar/produk menjadi perhatian utamanya.
<i>Analysier</i>	Perusahaan ini mempunyai tipologi seperti <i>defender</i> dan <i>prospector</i> . Ia cenderung untuk memelihara sebuah domain yang terbatas dan stabil, sementara di saat yang sama sangat hati-hati bergerak ke dalam sebuah domain baru hanya setelah kemungkinannya telah dibuktikan oleh para <i>prospector</i> . Para <i>analysier</i> adalah peniru dengan cara sehingga mereka mengambil ide-ide <i>prospector</i> yang cukup menjanjikan dan berhasil memasarkannya. Mereka mencari fleksibilitas dan stabilitas. Mereka mengadopsi struktur yang dapat mengakomodasi kestabilan maupun perubahan.
<i>Reactor</i>	Perusahaan ini tidak memiliki sasaran (<i>goals</i>) jangka panjang atau strategi-strategi yang mapan, dan oleh karenanya, tidak memiliki pola perilaku yang konsisten. Organisasinya pasif dalam menanggapi berbagai isu yang datang. Perusahaan tidak mencoba untuk memelihara domain pasar atau produknya, ataupun tidak mencoba untuk mengkapitalisasi peluang-peluang lingkungan yang menguntungkan.

Sumber : diadopsi dari Miles dan Snow, 1978.

Salah satu studi yang dilakukan oleh Davig (1986) telah menguji eksistensi model orientasi strategik Miles dan Snow ini dalam konteks perusahaan kecil (UKM). Ia menggunakan sampel perusahaan UKM di bidang industri manufaktur pakaian (*apparel*), besi cor (*foundry*), dan pabrik produk-produk baja. Hasil-hasilnya memperkaya dan memberikan kontribusi bagi pemahaman manajemen strategik di

UKM. Namun ada beberapa pertanyaan yang muncul, faktor-faktor kontekstual apa yang mempengaruhi UKM untuk berperilaku seperti perusahaan yang lebih besar? Apakah konsep-konsep ini lebih mudah diterapkan di perusahaan besar? Namun lebih jauh, studi yang dilakukan oleh Bracker, Keats dan Pearson (1988) telah menemukan bahwa UKM/perusahaan wirausaha (*entrepreneurial firms*) yang menggunakan praktek-praktek perencanaan strategik yang baik menunjukkan hasil kinerja yang lebih baik.

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan sebelumnya di tempat yang sama (Lukiastuti, 2011) menunjukkan bahwa dimensi-dimensi orientasi wirausaha (*innovativeness, risk taking, dan proactiveness*) sama pentingnya dalam menjelaskan peningkatan kinerja usaha UKM batik di Sragen ini. Dimensi-dimensi ini (terutama *risk taking* dan *proactiveness*) akan mendukung komitmen perilaku dalam perencanaan, pengumpulan informasi dan penggunaan informasi, pemberdayaan sumber daya manusia, struktur ekspor khusus. Berdasarkan hasil perhitungan, nampak bahwa hasil yang paling tinggi yang dapat meningkatkan kinerja UKM batik di Sragen berasal dari pengaruh komitmen perilaku. Terutama untuk peningkatan pertumbuhan penjualan, profitabilitas UKM, kepuasan pelanggan dan kualitas barang dan jasa.

Peningkatan orientasi wirausaha untuk meningkatkan kinerja UKM batik di Sragen akan lebih memberikan hasil yang lebih besar jika dilakukan melalui peningkatan komitmen perilaku, yang pada gilirannya, peningkatan komitmen

perilaku akan meningkatkan kinerja UKM batik di Sragen, karena komitmen perilaku para manajer/pemilik UKM batik mempunyai hubungan dengan proses kognitif variabilitas/keanekaragaman lingkungan dan aspek-aspek manajerial untuk meningkatkan hubungan antara orientasi wirausaha dengan kinerja UKM. Terkait dengan dimensi-dimensi variabel orientasi wirausaha dalam penelitian tersebut, hasil perhitungan menunjukkan bahwa para manajer wirausaha cenderung untuk mempertimbangkan tindakan proaktif sebagai bagian dari eksploitasi peluang usaha. Sehingga dapat kami simpulkan pula bahwa sebagian besar pengusaha UKM batik di kabupaten Sragen cenderung memiliki orientasi strategik penganalisis (*analyzers*) dan *defenders*, dan sebagian kecil yang berorientasi strategik *prospectors*.

Hipotesis

UKM yang berorientasi *prospector* akan lebih inovatif dan memiliki posisi teknologikal

H1 : yang lebih terkonsolidasi daripada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *defender*.

UKM yang berorientasi *prospector* akan lebih banyak mengimplementasikan praktek-praktek fleksibilitas dari

H2a : pada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *defender*.

UKM yang berorientasi *prospector* akan lebih banyak mengembangkan struktur organisasi daripada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *defender*.

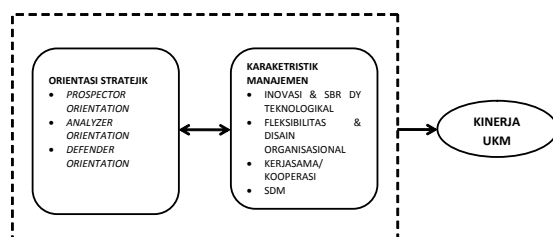
H2b :

H3 : UKM yang berorientasi *prospector* akan menandatangani lebih banyak kesepakatan kerjasama daripada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *defender*.

H4a : UKM yang berorientasi *prospector* akan lebih banyak memberikan penekanan pada sistem pengembangan manajemen sumber daya manusia daripada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *defender*.

H4b : UKM yang berorientasi *defender* akan lebih mempertimbangkan pentingnya mengikuti pelatihan daripada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *prospector*.

H5 : UKM yang berorientasi *prospector* akan memiliki kinerja yang jauh lebih baik daripada UKM yang berorientasi *analyzer* dan UKM yang berorientasi *defender*.



Gambar 1

Model Empiris Penelitian

Sumber : diadopsi dari Sanchez & Sanchez (2005) untuk studi ini, 2012.

Metode Penelitian

Pengumpulan Data dan Sampel

Pengumpulan data menggunakan

disain sampel *stratified random sampling* dalam populasi yang terbatas. Populasi yang dipilih adalah UKM batik yang ada di Kabupaten Sragen. Seperti yang telah disebutkan di atas, di Sentra Batik Kliwonan terdapat 85 UKM pengrajin batik yang bisa menyerap 5000 tenaga kerja pembuat batik. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang mendalam dengan para pemilik dan/atau manajer UKM batik. Dari hasil wawancara dan pengamatan di lapangan, kami memperkirakan ada sekitar 18 responden yang masuk kategori pengusaha yang berorientasi *prospector*, 32 responden masuk kategori pengusaha yang berorientasi *defender*, dan 35 responden masuk kategori pengusaha yang berorientasi *analyzer*.

Pengukuran Variabel

Tabel 3
Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran	Sumber
Orientasi Strategik	Deskripsi pertanyaan yang digunakan untuk tipe-tipe strategik ini diadaptasi dari Snow dan Hrebiniak (1980) dan Miles dan Snow (1978) dalam table 1 di atas, dan ditujukan untuk tiga tipe strategik perilaku yaitu : <i>defender</i> , <i>prospector</i> , dan <i>analyzer</i> .	Snow dan Hrebiniak (1980) dalam Sanchez & Sanchez (2005).
Karakteristik Manajemen • Posisi Teknologikal dan Inovasi	Posisi teknologikal diukur melalui skala nilai antara 1 sampai 4; dimana 1 = lemah, 2 = berlanjut (<i>sustainable</i>), 3 = baik, dan 4 = kuat. Inovasi diukur melalui dua variabel. Yang pertama, berkenaan dengan luasnya area manajemen, pembelian, penjualan, produk, proses dan administrasi. Inovasi dilakukan perusahaan untuk masa dua tahun terakhir, skala bervariasi mulai dari 0 sampai 6. Kedua, berfokus pada penggunaan teknologi informasi dan teknologi komunikasi yang digunakan perusahaan (e-mail, web page dan kontak dengan para klien/suppliers via internet), skala penilaian mulai dari 0 sampai 3.	Sanchez & Sanchez (2005)

Variabel	Pengukuran	Sumber
Fleksibilitas dan Disain Organisasional	Fleksibilitas merupakan langkah-langkah praktis dan fleksibel yang digunakan perusahaan selama dua tahun terakhir (membuat kesepakatan atau aliansi kerjasama dengan pihak lain, melakukan pekerjaan subkontrak, menyewa pekerja paruh waktu, menyewa pekerja melalui agen penyalur tenaga kerja, membuat peraturan kerja), dinilai dengan skor antara 0 sampai 5. Disain organisasional dievaluasi dengan mengukur tingkat pengembangan struktur organisasional, terkait dengan jumlah departemen/divisi yang ditetapkan (penjualan, produksi, pembelian, <i>accounting/finance</i>, sumber daya manusia, komputasi, dan litbang), dengan skor penilaian antara 0 sampai 7.	Sanchez & Sanchez (2005)
Kerjasama (<i>cooperation</i>)	Kerjasama (<i>cooperation</i>) merupakan variabel yang merefleksikan sejumlah kesepakatan yang dibuat perusahaan selama lebih dari dua tahun terakhir yang berkenaan dengan pemasaran produk, kerjasama produksi, pembelian dan pemasokan, berbagi pergudangan atau penggunaan mesin-mesin, dan pengembangan teknologi baru. Penilaian skor antara 1 sampai 5.	Sanchez & Sanchez (2005)
Sumber daya manusia (<i>human resources</i>)	Variabel sumber daya manusia merupakan kegiatan-kegiatan pengelolaan sumber daya manusia yang didasarkan pada lima kegiatan (perekrutan dan seleksi, penilaian kinerja, pelatihan, promosi dan perencanaan karir, dan sistem kompensasi). Skor penilaian antara 1 sampai 5 dimana 1= pengembangan minimum dan 5= pengembangan maksimum.	Sanchez & Sanchez (2005)
Kinerja UKM (<i>Business Performance</i>)	Studi ini menggunakan dua pengukuran kinerja usaha. Pertama, pengukuran kuantitatif : diukur dengan menggunakan ROI (return on investment). Kedua, pengukuran kualitatif : pengetahuan dan pengalaman dalam berbisnis, kemampuan untuk menyajikan produk atau jasa yang berkualitas, kapasitas untuk mengembangkan produk dan jasa baru, kemampuan untuk mengelola dan bekerja dalam kelompok; produktivitas tenaga kerja; dan tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan. Skor penilaian antara 1 sampai 5, dimana 1 = lebih buruk dari para pesaing dan 5 = lebih baik dari para pesaing.	Snow dan Hrebiniak (1980); Hambrick (1983) dalam Sanchez & Sanchez (2005)
- Variabel Kontrol <i>Firm size</i> - Tingkat pendidikan manajer/pemilik <i>Family firm</i>	Ukuran perusahaan (<i>firm size</i>) diukur dari jumlah penjualan. Tingkat pendidikan manajer/pemilik diukur dengan skala 1 sampai 4, dimana 1 = pendidikan utama, 2 = pendidikan sekunder, 3 = pendidikan perguruan tinggi, dan 4 = pendidikan pasca sarjana. <i>Family firm</i> merupakan dikotomi, diberi nilai 1 bila kelompok keluarga memiliki 50% modal, dan 0 bila ada kasus lain.	Sanchez & Sanchez (2005)

Sumber : dikembangkan untuk studi ini, 2012.

Hasil dan Pembahasan

a. Orientasi Strategik dan Karakteristik Manajemen

Tabel 4 di atas menunjukkan hasil analisis varian dan uji perbandingan rata-rata Scheffe's untuk UKM-UKM batik yang ada di Sentra Batik Kliwonan. Sebagaimana yang kita harapkan karakteristik manajemen UKM mempunyai tingkat signifikansi yang berbeda-beda berdasarkan orientasi strategik para pemilik dan/atau para manajer UKM batik. UKM *prospector* dicirikan dengan posisi teknologikal yang lebih baik, inovasi yang sangat baik, dan pemanfaatan teknologi informasinya juga sangat baik dibandingkan dengan UKM *analyzer* dan UKM *defender*. UKM *prospector* juga menerapkan banyak praktek-praktek fleksibilitas dan mempunyai program pengembangan organisasi yang baik dibandingkan dengan UKM *analyzer* dan UKM *defender*.

UKM *prospector* lebih banyak memberikan perhatian terhadap pengelolaan sumber daya manusia, dan lebih banyak mengeluarkan anggaran untuk kegiatan pelatihan dibandingkan dengan UKM *analyzer* dan UKM *defender*.

Hasil pengujian hipotesis mendukung H1, H2, H2a, H2b, dan 4a, dan secara partial menolak H3 dan H4.

b. Orientasi Strategik dan Kinerja UKM.

Tabel 5 di atas menunjukkan nilai rata-rata (*mean*), deviasi standar, dan korelasi semua variabel yang digunakan dalam perhitungan regresi berikutnya untuk semua UKM batik di sentra batik Kliwonan ini. Walaupun

Tabel 4
Variance Analysis dan Means Comparison

Variabel Karakteristik Manajemen	Orientasi Stratejik Pengusaha/Manajer UKM			<i>F</i>	Perbandingan Rata-rata (<i>Means Comparison</i>)		
	<i>Prospectors</i>	<i>Analyzers</i>	<i>Defenders</i>				
	(1)	(2)	(3)		1-2	1-3	2-3
Posisi teknologikal	2.99 (0.70)	2.58 (0.71)	2.36 (0.72)	39.98***	***	***	*
Area Inovasi	3.11 (1.53)	3.16 (1.27)	2.13 (1.37)	23.04***	n.s ^c	***	***
Teknologi Informasi	2.14 (0.79)	2.01 (0.85)	1.57 (1.00)	24.03*	**	***	***
Praktek - praktek fleksibilitas	2.31 (1.16)	2.08 (1.19)	1.57 (1.06)	13.99***	**	***	***
Departemen	4.92 (1.67)	4.39 (1.79)	3.62 (1.89)	18.97***	*	***	***
Kerjasama dengan perusahaan lain	1.74 (0.99)	1.66 (0.89)	1.49 (0.79)	n.s.	n.s.	n.s	n.s
Sistem SDM	2.87 (0.76)	2.65 (0.76)	2.34 (0.84)	14.65***	**	***	***
Investasi pelatihan	37,149.22 (741,119.58)	19,107.07 (39,382.468)	15,122.62 (36641.405)	4.67***	**	**	n.s
Jumlah kasus	18	35	32				

Sumber : data primer yang diolah, 2012.

^a*Means dan standard deviation*

^b*Scheffe's multiple comparison test*

^c*n.s = not significant*

**p < 0.1*

***p < 0.05*

****p < 0.01*

Tabel 5
Means, Standard Deviations, dan Korelasi untuk Semua Variabel

Variabel	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6
1. Ukuran UKM (<i>Firm Size</i>) ^a	14,6536.22	59,781.42						
2. Pelatihan para pemilik/ manajer	2.66	1.08	0.10***					
3. Perusahaan keluarga	0.67	0.37	-0.12***	-0.19***				
4. UKM prospector	0.23	0.36	0.06***	0.05	-0.04			
5. UKM defender	0.19	0.43	-0.07***	-0.13***	0.02	-0.29***		
6. Return On Investment	0.11	0.07	-0.01	-0.04	0.03	0.09***	-0.04	
7. Semua indikator	3.55	0.55	0.09***	0.08**	-0.03	0.27***	-0.17***	0.08***

Sumber : data primer diolah, 2012.

^aRibuan rupiah

**p < 0.1*

***p < 0.05*

****p < 0.01*

korelasi antar variabel cukup signifikan, tetapi korelasinya tidak terlalu tinggi, yang mana hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada masalah multikolineritas.

H5 memprediksikan bahwa UKM yang berorientasi stratejik prospector menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan UKM analyzer dan UKM defender. Orientasi stratejik dianggap sebagai variabel dummy : dua kategori – *propector* dan *defender* – dianalisis secara langsung, sementara UKM *analyzer* dianggap sebagai kategori referensi. Tabel 6 menunjukkan hasil perhitungan analisis regresi.

Variabel *Return On Investment (ROI)* merupakan variabel terikat yang digunakan dalam pengukuran persamaan regresi berganda. Nampak bahwa, koefisien UKM *prospector* signifikan, walaupun secara keseluruhan model empiris ini tidak signifikan (menolak H5). Namun sebaliknya, ketika semua indikator kinerja digunakan, koefisien UKM *prospector* menunjukkan hasil positif dan signifikan, sementara UKM *defender* menunjukkan hasil yang negatif dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa, dengan tidak melupakan UKM *analyzer*, UKM *prospector* memiliki pengaruh yang lebih besar dari UKM *defenders*, yang mengkonfirmasi H5.

Tabel 6
Analisis Regresi Berganda^a

Variabel	ROI ^b	Semua Indikator
Firm size	-0.020 (0.000)	0.068*** (0.000)
Tingkat Pendidikan Manajer	-0.049 (0.004)	0.039 (0.014)
Perusahaan keluarga	0.017 (0.007)	0.002 (0.038)
UKM Prospector	0.069* (0.007)	0.216*** (0.037)
UKM Defender	-0.002 (0.007)	-0.071** (0.037)
<i>F</i>	1.362	13.999***
<i>R</i> ²	0.012	0.091

Sumber : data primer yang diolah, 2012.

^aStandardized coefficients dan stdard error berada dalam kurung.

^bROI = Return On Investment

* $p < 0.1$

** $p < 0.05$

*** $p < 0.01$

Kesimpulan

Posisi teknologikal dan inovasi menempati nilai yang lebih tinggi ketika UKM mengikuti orientasi strategik prospector daripada UKM yang berorientasi strategik defender atau analyzer. Hasil ini mendukung pendapat Miles dan Snow (1978) bahwa perusahaan dengan strategi prospector akan menempatkan inovasi sebagai fokus utama dan memiliki posisi sumber daya teknologikal yang lebih baik daripada perusahaan yang mengikuti strategi defender

UKM prospector lebih banyak menerapkan praktek-praktek fleksibilitas daripada UKM defender, dan menunjukkan struktur organisasi yang lebih terdiferensiasi dengan mengembangkan unit-unit organisasional yang lebih banyak. Selain itu UKM prospector juga menerapkan sistem pengelolaan SDM yang baik, namun masih kurang adanya kegiatan pelatihan. Untuk UKM defender dan UKM analyzer lebih memperhatikan kegiatan pelatihan ini.

Saran-saran

Untuk UKM prospector dapat lebih banyak melakukan program pengembangan SDMnya antara lain pengembangan manajemen mutu, pendidikan dan pelatihan ketrampilan UKM batik, program magang, studi banding dan mengikuti pendidikan pelatihan administrasi dan pembukuan. Semua kegiatan tersebut telah banyak dikoordinir oleh Disperindag dan Kementerian Perindustrian dan perguruan tinggi yang kosern dengan masalah UKM batik, dan menurut informasi dari Disperindag provinsi Jawa Tengah program pengembangan SDM ini mendapat perhatian yang cukup besar untuk jangka waktu 5 tahun ke depan.

Untuk UKM defender dan analyzer dapat lebih banyak melakukan program pemasaran misalnya melakukan promosi informasi melalui media cetak produk batik, pelatihan pembuatan disain yang menarik, evaluasi terhadap selera pasar, program penggalakan pemakaian produk dalam negeri bekerja sama dengan Disperindag, Provinsi Jawa Tengah dan beberapa harian media cetak atau TV terkemuka di Jawa Tengah dan promosi pameran dalam negeri dan luar negeri. Selain itu dapat lebih mengembangkan teknologi produksinya berupa peningkatan teknologi produksi, bantuan alat/mesin produksi, pengembangan teknologi tepat guna, dan inovasi teknologi.

Untuk bantuan permodalan, hendaknya Lembaga Keuangan/Perbankan, BUMN, BUMD dapat memberikan kemudahan pengadaan pinjaman modal dengan bunga rendah dan sosialisasi lembaga keuangan maupun BUMN.BUMD dan lembaga lain dalam memberikan pinjaman kepada UKM batik, dan secara kelembagaan pihak Disperindag, Bappeda, Dinkop, Perguruan Tinggi dan Kementerian Perindustrian mengadakan penguatan IKM batik melalui pengembangan klaster dan pengembangan IKM melalui Koperasi dan asosiasi sejenisnya.

Daftar Pustaka

- Bahn, Sung-Sik, et al (2009). An Empirical Study on The Relationship between Entrepreneurial Orientation, Market Environment and Performance of Entrepreneurial Networks. *ICSB World Conference_Seoul*.
- Barney, JB. (1991). Firm Resources and

- Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- BPS dan Kementrian KUKM, 2010
- Disperindag Provinsi Jawa Tengah, Juli 2012
- Ferdinand, Augusty (2006), Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen, Edisi ke-empat, *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gatignon, H., & Xuereb, J.M., 1997. Strategic Orientation of the firm and new product development. *Journal of Marketing Research*, 34 : 77 – 90.
- Ghozali, Imam (2008), Model Persamaan structural, Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0, *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang*
- Ghozali, Imam (2006), Analisa multivariate lanjutan dengan program SPSS, *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang*
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S. M., and Sexton, D. L (2001). Guest Editors' Introduction to the Special Issue, Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic Management Journal*, 22, 479-491.
- investasi.sragenkab.go.id/produk.html
- Jaworski, B.J., & Kohli, A.K. 1993. Market Orientation : Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, 57 : 53 – 70.
- Li, Julie Juan (2005). The Formation of Managerial Networks of Foreign Firms in China: The Effects of Strategic Orientations. *Asia Pasific journal of Management*, 22, 423 – 443.
- Lukiastruti, Fitri. 2011. Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Peningkatan Kinerja UKM dengan Komimen Perilaku sebagai Variabel Interviening (Studi Empiris pada Sentra UKM batik di Sragen, Jawa Tengah). *Proceeding, The 6th Asian Graduate Forum on Southeast Asian Studies, 11 – 15 July. Asia research Institute, National University of Singapore*.
- Madsen, H., Neergaard, H., and Ulhói, J.P., (2003). Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Human Capital. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10, 4. p. 426 -434.
- marketing.sragenkab.go.id/marketings.html
- Matsuno, K., Mentzer, J.T., & Ozsomer. (2002). The Effect of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance. *Journal of Marketing*, 66 : 18 – 32.
- Miles, R. E., and Snow, C.C. (1994). Fit, Failure and the Hall of Fame. *New York: The Free Press*.
- Miles, R. E., and Snow, C.C. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *New York: McGraw-Hill*.
- Narver, J.C., & Slater, S.F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business

- Profitability. *Journal of Marketing*, 54 : 20 – 35.
- Peng, M. W., & Luo, Y. (2000). Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy. *The Nature of a Micro-Macro Link*. *Academy of Management Journal*, 43 : 486 -501.
- Prahalad, C. K., and Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 68, 79-91.
- Rauch, A., et al. (2005). Entrepreneurial Orientation and Business Performance : Cumulative Empirical Evidence, Babson College.
- Sanchez, Antonio Aragon and Marin, Gregorio Sanchez (2005). Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance : A Study of Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, 43 (3), pp. 287 – 308.
- Shoham, Aviv, Kropp, Fredric, and Noel J. Lindsay (2004). Entrepreneurial and Marketing Orientations : A New Synthesis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(2) : 59 -67.
- Snow, C.C., and L.G. Hrebiniak (1980). "Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance," *Administrative Science Quarterly* 25, 317-336.
- Tabloid Peluang Usaha
- Wernerfelt, Birger. 1984. "A Resource-based View of the Firm." *Strategic Management Journal* 5(2):171-80.
- Wiklund, J., Shepherd, D., Rauch, R., & Lumpkin, G.T., (2004)., *Entrepreneurial Orientation and Business Performance: Cumulative Empirical Evidence*. *Journal of Business Venturing*, in Press.
- Wiklund, J., and Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91.
- Wiklund, J., et al. (2007). Entrepreneurial Orientation, Risk taking, and Performance in Family Firms. *Family Business Review*, vol.xx, no.1.

Studi tentang Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Semarang

Frendy Prasetya

Sri Rahayu Tri Astuti

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

sriahayutri@undip.ac.id

Abstract

Increasingly intense competition among companies in the industrial motor manufacturer of motorcycles in Indonesia has caused the decline in the level of customer and product purchases, and the profitability of most companies motorcycle manufacturer in Indonesia. It is also experienced by PT Astra Honda Motor in its motorcycle product as a market leader in the motorcycle industry. To re-gain more new customers while maintaining old customers, and obtain the level of purchases of Honda motorcycles and high profitability in the company, the need for efforts to improve the customer buying decision, because the purchase decision is a major factor in increasing sales and profitability. In this study, we use differentiation, promotion, and positioning as an independent variable to be studied how they affect purchasing decisions. The results showed that the coefficient of determination shown in the Adjusted R Square of 0.704, which means that its influence purchasing decisions can be explained by the three independent variables in this research that differentiation, promotion, and positioning of 70.4%, and the remaining 29.6% can be explained by other variables outside the model of this research. Partially based on the results of t test variables in this study has positive and significant in which promotion has the biggest influence on purchase decisions, while positioning has the smallest influence on purchase decisions.

Keywords: *Differentiation, Promotion, Positioning, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, persaingan di dunia usaha semakin ketat dan kompleks. Banyak perusahaan yang berlomba untuk mendapatkan posisi dalam persaingan bisnis dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan harus memiliki keahlian yang baik dan peka terhadap persaingan yang terjadi agar mampu mengantisipasi dan memenangkan persaingan usaha sehingga dapat menjalankan perusahaan dengan efektif dan efisien (Handoko, 2000).

Saat ini setiap perusahaan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar daripada hanya sekedar bertahan hidup. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen yang baru tetapi juga berusaha keras untuk mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan (Handoko, 2000). Harapan konsumen juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena ekspektasi konsumen terhadap mutu suatu produk terus meningkat. Sekarang ini produk yang ditawarkan sudah sangat banyak dan bervariasi,

maka perusahaan harus mengerti bahwa pelanggan cenderung akan memilih penawaran yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan, yang selanjutnya konsumen akan membeli produk dengan berdasarkan nilai akan produk tersebut.

Perubahan yang mendasar, cara pemikiran pemasaran adalah paradigma dari penjualan menjadi penciptaan pelanggan (Handoko, 2000). Sekarang ini kondisi kekuatan pasar ada ditangan pembeli, sehingga perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan atas produknya dalam persepsi pelanggan sehingga pandangan baik pelanggan atas produk terus ada dalam benaknya.

Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan. Strategi yang perlu dilakukan tersebut adalah strategi diferensiasi. Diferensiasi didefinisikan sebagai proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing (Kotler, 2005).

Untuk dapat mengenalkan produk yang telah diciptakan dengan segala keunggulannya tersebut kepada konsumen, maka perusahaan perlu menerapkan strategi promosi yang baik. Promosi merupakan arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swasta, 1997). Dengan promosi yang baik maka penyampaian informasi tentang keunggulan-keunggulan suatu produk akan dapat diterima dan dipahami oleh konsumen dengan baik pula. Promosi juga

mampu mengubah seorang yang semula tidak tertarik pada suatu produk, akan terdorong untuk memutuskan membeli dan menggunakan produk tersebut.

Perusahaan di dalam upaya memasarkan produknya selain dengan promosi masih perlu strategi pemasaran lain yang baik dan tepat. Seluruh strategi pemasaran dibangun diatas STP yaitu *Segmenting* (segmentasi), *Targeting* (pembidikan), dan *Positioning* (penetapan posisi). Perusahaan mencari sejumlah kebutuhan dan kelompok yang berbeda dipasar, membidik kebutuhan dan kelompok yang dapat dipuaskannya dengan cara yang unggul, dan selanjutnya memposisikan tawarannya sedemikian rupa sehingga pasar sasaran mengenal tawaran dan citra khas perusahaan tersebut. Pengertian penempatan posisi (*positioning*) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas diantara pesaing di dalam benak pelanggan sasaran (Kotler, 2005).

Untuk mengetahui nilai atau manfaat yang dianggap penting oleh konsumen bukanlah hal yang mudah, mengingat produk atau jasa yang beredar di pasar sangat beragam. Konsumen menyikapi informasi mengenai produk atau jasa tersebut sesuai dengan persepsi masing-masing. Persepsi itulah yang akan mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan pembelian. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang kemudian diikuti dengan pencarian informasi (Nurdiana, 2007).

Pertumbuhan konsumen kendaraan roda

dua di Indonesia sampai saat ini mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Persaingan bisnis dibidang kendaraan roda dua (sepeda motor) di Indonesia dikuasai oleh merek Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Salah satu produsen kendaraan bermotor yang menerapkan strategi pemasaran diferensiasi, promosi dan *positioning* adalah PT Astra Honda Motor (AHM). Sampai saat ini pasar persaingan masih didominasi oleh PT AHM dengan sepeda motor merek Honda dengan keunggulannya yakni motor yang ekonomis bahan bakar. PT Astra Honda Motor mampu mengembangkan teknologinya dengan menciptakan produk kendaraan roda dua yang memiliki spesifikasi mesin yang tangguh namun hemat bahan bakar. Produk yang diciptakan memiliki keunggulan yaitu mesin yang tangguh, desain yang modern, hemat bahan

diberbagai media (televisi, iklan media cetak, sponsor *event*, dll) merupakan salah satu cara yang dilakukan Honda untuk mengkomunikasikan keunggulan produknya. Dengan kegiatan promosi yang baik, konsumen bisa mengetahui informasi tentang segala keunggulan produk Honda. Hal ini membuat konsumen tertarik dan kemudian memutuskan untuk membeli dan menggunakan motor Honda sehingga menjadikan produk perusahaan tersebut tetap sebagai *market leader* di Indonesia. Perusahaan AHM mampu memposisikan produk buatannya kepada pasar sehingga tercipta dalam benak konsumen bahwa Honda adalah motor yang hemat bahan bakar dengan harga yang terjangkau. Berikut merupakan data pembelian motor di Indonesia selama enam tahun mulai dari tahun 2005 :

Tabel 1
Data Pembelian Motor Nasional Tahun 2005-2010

No	Merek	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Honda	2.648.190	2.339.168	2.141.025	2.874.576	2.701.278	3.416.049
2.	Yamaha	1.224.595	1.458.561	1.835.251	2.465.546	2.650.992	3.326.380
3.	Suzuki	1.091.962	568.041	637.031	793.758	438.129	530.699
4.	Kawasaki	74.128	33.686	38.134	44.690	58.150	72.847
	Total	5.038.875	4.399.456	4.651.441	6.178.570	5.848.549	7.345.975

Sumber: www.triatmono.wordpress.com

bakar, dan harga yang relatif terjangkau dengan daya beli masyarakat.

Semua keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh sepeda motor Honda tersebut dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen dengan kegiatan promosi yang baik (Handoko, 2000). Pemasangan iklan

Berdasarkan data pembelian motor nasional tersebut, dapat dijelaskan bahwa pembelian motor Honda tidak mengalami peningkatan penjualan tiap tahunnya, bahkan intensitas penurunan pembeliannya lebih banyak atau lebih sering daripada peningkatan pembeliannya. Dapat dilihat mulai dari tahun 2005 sampai 2010, Honda

mengalami penurunan tingkat pembelian sebanyak tiga kali.

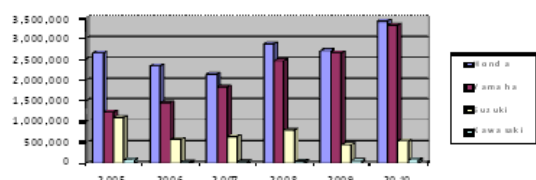
2006, 2007, dan 2009 terus mengalami penurunan dalam kuantitas pembelian

Tabel 2
Prosentase Peningkatan dan Penurunan Pembelian Motor Nasional Tahun 2006-2010

No	Merek	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Honda	(11,67 %)	(8,47 %)	34,26 %	(6,02 %)	26,46 %
2.	Yamaha	19,10 %	25,83 %	34,34 %	7,52 %	25,48 %
3.	Suzuki	(47,98 %)	12,14 %	24,60 %	(44,80 %)	21,13 %
4.	Kawasaki	(54,56 %)	13,20 %	17,19 %	30,12 %	25, 27 %

Sumber: www.triatmono.wordpress.com

Berdasarkan data prosentase peningkatan dan penurunan tingkat pembelian motor nasional tersebut, Honda mengalami penurunan pembelian motornya lebih sering dari pada peningkatannya yaitu pada tahun 2006, 2007, dan 2009.



Gambar 1
Grafik Pembelian Motor Nasional Tahun 2005-2010

Sumber : www.triatmono.wordpress.com

Dari grafik pembelian sepeda motor nasional diatas dapat dilihat bahwa sepeda motor merek Honda mulai tahun 2007 sampai tahun 2010 memimpin pangsa pasar sepeda motor nasional. Setiap tahunnya, pembelian motor Honda tidak selalu mengalami peningkatan, yaitu pada tahun

produknya dan pada tahun 2008 dan 2010 mereka mengalami peningkatan.

Apabila dilihat dari strategi diferensiasi, promosi dan *positioning* yang dilakukan Honda dikatakan sudah sangat baik. Honda mampu menciptakan sepeda motor yang bermesin “bandel”, hemat bahan bakar, desain yang bagus namun dengan tingkat harga yang relatif terjangkau dibanding para kompetitornya. Honda juga mampu mengkomunikasikannya dengan baik pada konsumen dengan iklan diberbagai media. Selain itu juga mampu memposisikan produk motornya dengan baik dibenak konsumennya sehingga tercipta persepsi bahwa sepeda motor merek Honda adalah motor tangguh yang hemat dan terjangkau. Bahkan keunggulan yang dimiliki Honda ini belum bisa dikalahkan oleh merek sepeda motor yang lain (Handoko, 2000). Semua keunggulan yang dimiliki oleh Honda ini dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen dengan promosi yang baik pula. Sehingga konsumen tertarik kepada motor Honda dan hal ini mendorong

konsumen untuk memutuskan membeli dan menggunakan produk Honda tersebut, yang dibuktikan dengan posisi Honda sebagai *market leader* di industri sepeda motor.

Honda yang sampai pada tahun 2010 memimpin pangsa pasar sepeda motor di Indonesia dengan segala keunggulan produknya dan strategi promosi serta *positioningnya* yang baik, ternyata tidak selalu mengalami peningkatan dalam pembelian motornya di setiap tahun. Bahkan intensitas penurunan pembelian lebih banyak daripada peningkatannya. Di sisi lain tanpa bermaksud membandingkan, dengan prestasi Yamaha yang setiap tahun meningkat jumlah pembelian motornya, bukan tidak mungkin Yamaha akan menggeser kedudukan Honda sebagai *market leader*.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Keputusan Pembelian

Dalam usaha mengenal konsumen, perusahaan perlu mempelajari perilaku-perilaku konsumen yang merupakan perwujudan dari seluruh jiwa manusia dalam kehidupan sehari-harinya. Presepsi-presepsi pengaruh orang lain dan motivasi-motivasi internal akan berinteraksi untuk menentukan keputusan terakhir yang dianggap paling sesuai (Rosvita, 2010). Menurut Hani Handoko (2000), perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Ada dua aspek penting dari perilaku konsumen, yaitu:

1. Proses pengambilan keputusan.
2. Kegiatan fisik yang kesemuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis.

Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari adanya rangsangan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian pembeli, sedangkan tugas manajer adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembelian antara datangnya stimulasi luar dan keputusan pembelian (Kotler, 2001).

Pengertian keputusan pembelian, adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen (Kotler & Armstrong, 2001).

Ada tiga aktivitas yang berlangsung dalam proses keputusan pembelian oleh konsumen, yaitu : (Hahn, 2002)

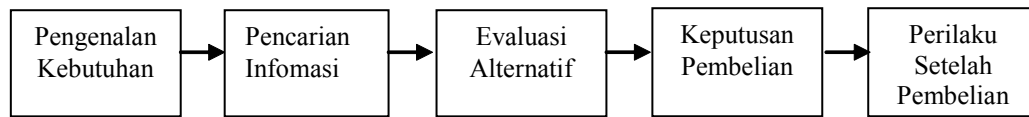
1. Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian.
3. Komitmen atau loyalitas konsumen untuk tidak akan mengganti keputusan yang sudah biasa dibeli dengan pesaing.

Menurut Kotler (2002), ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu

pengenalankebutuhan,pencarianinformasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Berikut adalah gambar model proses pembelian lima tahap tersebut :

2. Diferensiasi Kualitas Pelayanan
3. Diferensiasi Personil
4. Diferensiasi Citra

Tujuan dari strategi diferensiasi adalah



Gambar 2
Model Proses Pembelian Lima Tahap

Sumber : Kotler, 2002

Model ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Kelima tahap diatas tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian. Para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

Strategi Diferensiasi

Menurut Kotler (1997), diferensiasi adalah proses menambahkan dan memberikan serangkaian perbedaan yang dinilai penting, untuk membedakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan itu dari pesaing, meskipun terkadang dilakukan berdasarkan atribut-atribut yang tidak relevan. Jadi diferensiasi dapat dimaksudkan sebagai suatu usaha perusahaan dalam strategi pemasaran untuk membuat perbedaan produk dengan perusahaan pesaing, sehingga produk tersebut memiliki ciri khas tersendiri.

Menurut Tjiptono (2001), strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi, agar senantiasa memiliki keunggulan bersaing dipasar, dapat dilakukan dengan melakukan pilihan terhadap strategi berikut :

1. Diferensiasi Produk

membuat sesuatu yang akan dianggap berbeda oleh konsumen pada suatu industri tertentu. Diferensiasi memerlukan suatu usaha yang lebih keras dengan biaya yang lebih besar. Pertimbangan akan kesediaan konsumen untuk membayar lebih atas nilai yang ditawarkan oleh diferensiasi tersebut sangat diperlukan (Kartajaya, 1996).

Hubungan Antara Diferensiasi Terhadap Keputusan Pembelian

Strategi diferensiasi yang dilakukan oleh perusahaan atas produknya mendorong terciptanya keunggulan dalam bersaing. Dengan penerapan diferensiasi yang baik dan unggul, maka perusahaan akan dapat memenangkan persaingan yang ada, karena konsumen akan lebih memilih untuk membeli dan menggunakan suatu produk dari perusahaan yang lebih unggul.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Marliah (2009) dengan judul “ *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pengguna kartu Prabayar IM3 di Galeri Indosat)* ” menyatakan bahwa strategi diferensiasi yang dilakukan Galeri Indosat berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Prabayar IM3.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Anisa Rimayati (2009) dengan judul “ *analisis pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian honda supra X 125 pada PT Astra Motor slawi* Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara diferensiasi produk dan citra terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil temuan-temuan penelitian, hal tersebut dapat memperkuat hipotesis yang diajukan oleh peneliti :

H1 : Strategi diferensiasi (differentiation) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Promosi

Promosi adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang memberikan informasi yang bersifat persuasif untuk menciptakan permintaan dan kemudian terjadi pertukaran dalam pemasaran. Konsumen yang semula tidak tertarik dengan suatu produk, dengan dilakukannya promosi yang efektif dan efisien kemungkinan besar konsumen tersebut akan berubah pikiran untuk membeli produk tersebut.

Menurut Basu Swastha (1997), tujuan dari promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah :

1. Modifikasi tingkah laku
2. Memberitahu
3. Membujuk
4. Mengingat

Kotler dan Amstrong (2001) mengatakan bahwa terdapat lima variabel didalam bauran promosi (*promotional mix*) yaitu :

1. Periklanan (*advertising*)

2. Penjualan Personal (*personal selling*)
3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Dalam suatu pemasaran, kegiatan promosi memiliki beberapa manfaat yaitu: (Sigit, 1997)

1. Membantu dalam memperkenalkan barang baru dan kepada siapa atau dimana barang itu dapat diperoleh
2. Membantu perusahaan dalam melakukan ekspansi
3. Membantu dan mempermudah penjualan yang akan dilakukan oleh para penyalur
4. Memberi keterangan/penjelasan kepada pembeli atau calon pembeli
5. Membantu mereka yang melakukan penjualan

Indikator yang mencirikan promosi yang juga akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (Kotler, 1996)

1. Jangkauan promosi
2. Kuantitas penayangan iklan di media promosi
3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.

Hubungan Antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Kegiatan promosi dapat dikatakan sebagai penentu keberhasilan kegiatan pemasaran, karena dalam kegiatan promosi ini perusahaan harus mampu mengkomunikasikan dengan baik semua keunggulan-keunggulan yang dimilikinya. Apabila konsumen tidak dapat memahami dan mengerti keunggulan apa yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan serta tidak yakin apa produk tersebut dapat memenuhi keinginannya maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut.

Tetapi sebaliknya jika perusahaan mampu mengkomunikasikannya dengan baik dan konsumen mampu memahaminya dengan baik maka akan dapat menimbulkan ketertarikan konsumen terhadap produk dan terdorong untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bakti Setiawati (2006) dengan judul “ *pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak “ dwijoyo ”*. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian rambak “ dwijoyo “.

Penelitian juga dilakukan oleh Haryani (2006) berjudul “ *Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Deterjen “ Daia ”*. Dalam penelitian ini dikatakan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk deterjen “Daia“, dan juga ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk tersebut.

Penelitian sama juga dilakukan oleh Rosvita (2010) yang berjudul “ *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Sap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro “* mendapatkan hasil bahwa kualitas produk, harga, promosi dan cuaca masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek teh botol sosro.

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian tersebut, dapat memperkuat hipotesis yang

diajukan oleh peneliti :

H2 : Promosi (promotion) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Strategi Penempatan Posisi (Positioning)

Penempatan posisi (*positioning*) menjelaskan strategi mengenai cara bagaimana perusahaan membedakan produknya dibandingkan dengan pesaing di dalam benak konsumen. *Positioning* adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (diantara pesaing) di dalam benak pelanggan sasarannya. (Kotler, 2005). *Positioning* dilakukan untuk menciptakan citra baik yang diharapkan perusahaan, maksudnya adalah keterkaitan langsung dengan bagaimana konsumen yang berada pada segmen pasar tertentu atau spesifikasi perusahaan dalam mempersepsikan produk perusahaan.

Perusahaan dapat memposisikan produknya pada strategi spesifik, yaitu dimana produk dapat diposisikan pada manfaat yang diberikan atau kebutuhan yang akan dipenuhi. Tugas yang dilakukan dalam memposisikan suatu produk terdiri dari tiga langkah yaitu : (Tjiptono, 2005)

1. Mengidentifikasi keunggulan bersaing yang mungkin untuk membangun posisi
2. Memilih keunggulan bersaing yang tepat
3. Mengkomunikasikan dan menyampaikan posisi yang dipilih kepada pasar secara efektif

Penentuan posisi produk secara fisik dapat menjadi langkah penting dalam menjalankan

analisis pemasaran strategis. Hal seperti ini terutama terjadi dengan banyaknya tawaran kompetitif berbagai produk yang biasanya dievaluasi konsumen berdasarkan karakteristik itu (Tjiptono, 2005).

Positioning harus memberikan makna, dan makna tersebut harus penting bagi konsumen, atau dengan kata lain perusahaan mendesain citra (*image*) dan penawaran nilai dimana konsumen dapat mengerti dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Berdasarkan hal tersebut, *positioning* berorientasikan pada persepsi atau pemikiran konsumen. Jadi, *positioning* adalah tindakan untuk mendapatkan celah di benak konsumen agar konsumen memiliki persepsi dan citra yang khusus terhadap produk dan perusahaan. Strategi *positioning* memiliki tujuan antara lain yaitu : (Lupiyoadi, 2001)

1. Memposisikan / menempatkan produk dipasar sehingga produk tersebut berbeda dengan merek-merek yang bersaing.
2. Menempatkan / memposisikan produk sehingga dapat menyampaikan hal-hal pokok pada pelanggan.
3. Untuk mencapai hasil yang diharapkan perusahaan.
- 4.

Hal ini dilakukan dengan :

- a. Pemenuhan sejauh mungkin kebutuhan segmen-segmen pasar yang spesifik.
- b. Meminimalisasi kemungkinan terjadinya perubahan yang mendadak dalam penjualan.
- c. Menciptakan keyakinan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Hubungan Antara *Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian

Strategi *positioning* yang dilakukan suatu perusahaan dengan baik dapat menciptakan citra produk yang baik dalam benak konsumen. Hal tersebut pada akhirnya akan mampu mendorong seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut. Dengan demikian maka dapat meningkatkan *volume* pembelian produk perusahaan.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuli Prihatini (2002) dalam penelitiannya yang berjudul “ *Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia* ”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas menjawab setuju yang berarti konsumen menilai produk *positioning* Nokia telah dilakukan dengan baik, dan mengenai keputusan pembelian konsumen memberikan tanggapan positif dengan melakukan pembelian terhadap handphone Nokia secara rasional.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Novan Effendy (2005) dengan judul “ *Pengaruh Posisi Produk terhadap Keputusan Pembelian Toyota Kijang Di PT Astra Internasional Auto 2000 Cabang Medan Gatot Subroto* ”. Penelitian ini mengatakan bahwa posisi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Kijang di PT Astra Internasional Auto 2000 cabang Medan Gatot Subroto. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian pelanggan sangat dipengaruhi oleh penerapan posisi produk yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan tersebut.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh

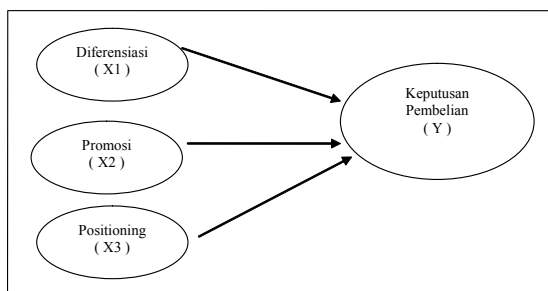
Nurdiana (2007) yang berjudul “*Pengaruh Positioning Terhadap Keunggulan Bersaing dan Keputusan Pembelian SGM 1 PT Sari Husada Tbk*”. Hasil dari penelitian ini disebutkan bahwa dengan *positioning* yang baik, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk.

Berdasarkan hasil temuan-temuan penelitian, hal tersebut dapat memperkuat hipotesis yang diajukan oleh peneliti :

H3 : Strategi penempatan posisi (positioning) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kerangka Pemikiran

Dari uraian di atas, selanjutnya disajikan kerangka pikir penelitian sebagai berikut :



Gambar 3 Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan *Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian

Sumber : Konsep yang dikembangkan dalam penelitian ini, 2011

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikuntoro, 1998). Dengan mengacu pada rumusan masalah, landasan teori, dan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis yang diajukan penelitian ini adalah :

H1 : Strategi diferensiasi (differentiation) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H2 : Strategi promosi (promotion) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H3 : Strategi berpengaruh penempatan posisi (positioning) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel dan Variabel Penelitian

Variabel penelitian dalam hal ini terdiri dari :

1. Variabel Bebas

a. Diferensiasi

Diferensiasi adalah proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing. (Kotler, 2005)

b. Promosi

Arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Swastha dan Irawan, 1990)

c. *Positioning* (X1)

Positioning adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (diantara pesaing) di dalam benak pelanggan sasaran. (Kotler, 2005)

2. Variabel Terikat

Variabel terikat yang digunakan dalam

penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. (Hahn, 2002)

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya disajikan tabel sebagai berikut :

Populasi dan Sampel

Populasi

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu pelanggan sepeda motor Honda di kota Semarang. Sehingga populasi ini merupakan populasi yang tak terbatas karena ukuran dari populasi yang sebenarnya (pelanggan sepeda motor Honda di Semarang) tidak dapat diketahui secara pasti.

Sampel

Tabel 3

Variabel Penelitian & Variabel Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Kuesioner	Pengukuran Variabel
1. Diferensiasi	1. Produk	1. Sepeda motor Honda merupakan kendaraan yang handal dan hemat dalam penggunaan bahan bakar dibanding pesaingnya	1 2 3 4 5 STS SS
	2. Pelayanan	2. Honda memiliki pelayanan pra dan purna jual yang lebih baik dari pesaing	1 2 3 4 5 STS SS
	3. Personil	3. Karyawan di dealer Honda memiliki keterampilan yang lebih baik, ramah dan sopan dari pada pesaing	1 2 3 4 5 STS SS
	4. Citra	4. Honda adalah perusahaan pabrikan motor yang memiliki citra dan kesan yang lebih baik dimata masyarakat dibanding pesaing	1 2 3 4 5 STS SS
2. Promosi	1. Jangkauan promosi	1. Wilayah promosi Honda sangat luas, hingga sampai ke daerah-daerah kecil	1 2 3 4 5 STS SS
	2. Kuantitas tayang iklan di media promosi	2. Iklan motor Honda sering tayang dalam televisi setiap harinya	1 2 3 4 5 STS SS
	3. Kualitas penyampaian pesan (informasi) dalam promosi	3. Pesan yang disampaikan Honda dalam kegiatan promosi (iklan) baik, mudah dipahami, dan mudah di ingat	1 2 3 4 5 STS SS
3. Positioning	1. Harga	1. Harga Sepeda Motor Honda sesuai dengan kualitas yang diberikan pada motor Honda	1 2 3 4 5 STS SS
	2. Kualitas	2. Sepeda motor Honda adalah kendaraan bermotor yang berkualitas dan memiliki mesin yang tahan lama	1 2 3 4 5 STS SS

	3.Manfaat	3.Dengan menggunakan sepeda motor Honda maka akan lebih menghemat pengeluaran untuk biaya bahan bakar	1 2 3 4 5 STS SS
4.Keputusan Pembelian	1.Keyakinan	1.Yakin untuk membeli motor Honda	1 2 3 4 5 STS SS
	2.Rekomendasi	2.Memberikan rekomendasi tentang motor Honda kepada orang lain	1 2 3 4 5 STS SS
	3.Kebiasaan	3. Terbiasa membeli dan menggunakan motor Honda	1 2 3 4 5 STS SS
	4.Pembelian Ulang	4.Membeli lagi motor Honda/melakukan pembelian ulang motor Honda	1 2 3 4 5 STS SS

Sumber: Data yang diolah, 2011

Desain sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Maka dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

Z : tingkat keyakinan

moe : *margin of error*

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95 % atau $Z = 1,96$ dan *moe* sebesar 10 % maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh

sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 96 orang. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan menjadi 100 orang.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007). Pertimbangan yang diambil peneliti dalam menentukan sampel adalah pelanggan sepeda motor Honda yang berdomisili di Semarang dan sudah menggunakan motor tersebut minimal 1 tahun sehingga memiliki pandangan dan informasi yang cukup tentang motor Honda.

Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Kualitatif

Data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar seperti literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti

2. Data kuantitatif

Data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang dibuat menjadi angka (*scoring*)

Ada dua jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu :

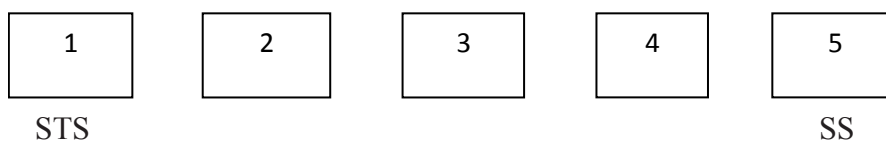
1. Data Primer

Sumber data ini diperoleh langsung dari individu yang menjadi subjek penelitian

dimana data dihasilkan dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu konsumen sepeda motor Honda yang berdomisili di Semarang dan sudah menggunakan motor tersebut minimal 1 tahun sehingga memiliki pandangan dan informasi yang cukup tentang motor Honda.

2. Data Sekunder

Sumber data ini diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara



(diperoleh atau dicatat pihak lain) dan sifatnya saling melengkapi. Data sekunder bentuknya berupa sumber daftar pustaka yang mendukung penelitian ilmiah serta diperoleh dari literatur yang relevan dari permasalahan sebagai dasar pemahaman terhadap obyek penelitian dan menganalisis secara tepat. Contohnya yaitu data-data yang diperoleh dari AISI yang merupakan organisasi industri motor di Indonesia, PT AHM yang merupakan perusahaan sepeda motor Honda, buku referensi, internet, dan lain-lain.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner yang diberikan berbentuk pernyataan terstruktur dan pertanyaan terbuka dimana di dalam kuesioner tersebut menyajikan sebuah pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden secara terstruktur disertai dengan pertanyaan mengenai tanggapan yang telah diberikan dengan bentuk pertanyaan

terbuka yang harus diungkapkan dengan tulisan. Pernyataan terstruktur tersebut menggunakan teknik *anchoring* dalam menjaring tanggapan responden, yaitu cara memperoleh data melalui pernyataan yang dijangkar kiri dan kanan dengan tingkatan jawaban yang peneliti harapkan, cenderung bersifat interval. Interval pernyataan dalam penelitian ini adalah 1-5 dengan pernyataan jangkarnya sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS).

Hasil pernyataan terstruktur ini nantinya digunakan untuk mendapatkan jawaban kuantitatif sesuai dengan skala yang dikehendaki serta sesuai dengan desain penelitian. Sedangkan pertanyaan terbuka digunakan untuk mendapat jawaban kualitatif guna mengkonfirmasi jawaban kuantitatif dalam pertanyaan terstruktur serta untuk memberikan “fakta empiris” bagi jawaban kuantitatif yang diberikan.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2001), dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui.

Variabel independen dalam penelitian ini mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresinya disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu diferensiasi, promosi, dan *positioning* terhadap variabel dependen atau terikat yaitu keputusan pembelian.

Rumus regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : keputusan pembelian
 β_1 : koefisien regresi dari variabel diferensiasi

disebabkan unit ukuran dari variabel independen tidak sama. Keuntungan menggunakan *standardized beta coefficient* adalah dapat mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen (Ghozali, 2001).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh koefisien regresi, nilai t-hitung, dan tingkat signifikansi sebagaimana ditampilkan pada Tabel berikut

Tabel 4
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-0,643	1,423		-0,452	0,653		
D	0,436	0,063	0,383	6,882	0,000	0,968	1,033
PR	0,470	0,048	0,565	9,867	0,000	0,912	1,097
P	0,329	0,069	0,273	4,737	0,000	0,898	1,114

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

β_2 : koefisien regresi dari variabel promosi
 β_3 : koefisien regresi dari variabel *positioning*
 X_1 : diferensiasi
 X_2 : promosi
 X_3 : *positioning*
 e : *standard of error*

Dari hasil tersebut, persamaan regresi berdasarkan *standardized* yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,383X_1 + 0,565X_2 + 0,273X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian (KP)

X_1 = Diferensiasi (D)

X_2 = Promosi (PR)

X_3 = *Positioning* (P)

Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan bahwa:

Koefisien variabel independen dalam persamaan regresi berganda tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan *standardized beta coefficient*. Hal ini

1. Variabel diferensiasi, promosi, dan *positioning* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2. Variabel yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap keputusan pembelian adalah promosi, kemudian diikuti oleh variabel diferensiasi, dan variabel yang memiliki pengaruh terendah terhadap keputusan pembelian adalah *positioning*

Interpretasi Hasil

Dari hasil analisis data, menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang diajukan yaitu diferensiasi (D), promosi (PR), dan *positioning* (P) dalam penelitian ini layak untuk digunakan dan mampu untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen keputusan pembelian (KP) sebesar 70,4%. Sedangkan sisanya sebesar 29,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

Variabel-variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini mempunyai *standardized coefficients beta* yang berbeda-beda antara variabel satu dengan variabel yang lain yaitu diferensiasi (D) sebesar 0,383, variabel promosi (PR) sebesar 0,565, dan variabel *positioning* (P) sebesar 0,273.

Dilihat dari besarnya nilai koefisien beta dari masing-masing variabel independen, dapat dijelaskan bahwa semakin besar nilai koefisien beta dari masing-masing variabel independen maka akan semakin besar pula pengaruh variabel independen tersebut kepada variabel dependen. Sehingga dari ketiga variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel

dependen adalah variabel promosi dengan nilai koefisien beta sebesar 0,565. Kemudian diikuti oleh variabel diferensiasi sebesar 0,383 dan variabel yang pengaruhnya paling kecil adalah *positioning* dengan nilai koefisien beta sebesar 0,273.

Nilai Uji F sebesar 79,452 dengan signifikansi 0,000 membuktikan bahwa ketiga variabel independen yaitu diferensiasi, promosi, dan *positioning* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen tersebut berpengaruh positif secara parsial atau individu terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dengan signifikansi dibawah 5% atau 0,05.

1. Diferensiasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan sepeda motor merek Honda

Dari hasil data yang diperoleh terbukti bahwa diferensiasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan motor Honda. Diferensiasi Honda sangat berhubungan dengan pembedaan produk Honda daripada pesaing, pembedaan pelayanan kepada pelanggan dari pesaing, pembedaan kualitas karyawan Honda dari pesaing, serta pembedaan citra Honda kepada masyarakat.

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yakin terhadap motor Honda karena alasan-alasan tertentu, misalnya karena sebagian besar pelanggan menilai motor Honda handal (tahan lama) dan hemat

bahan bakar, sehingga cocok digunakan untuk sehari-hari. Pelayanan Honda pra dan purna jualnya dirasa juga oleh pelanggan baik dan memuaskan. Selain itu karyawan-karyawan Honda memiliki sikap yang ramah dan sopan dalam melayani pelanggan serta memiliki keterampilan yang baik dibidangnya. Sebagian besar masyarakat memberikan kesan yang baik kepada Honda karena Honda cukup sering berpartisipasi dalam penggalangan dana untuk suatu bencana, Honda juga mendapatkan berbagai penghargaan.

2. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan sepeda motor merek Honda

Promosi menjadi faktor yang sangat penting dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pelanggan. Dalam penelitian ini terbukti bahwa responden yaitu pelanggan motor Honda menganggap bahwa promosi adalah faktor yang paling banyak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga pelanggan tersebut tetap setia dan bertahan untuk menggunakan motor Honda.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa kegiatan promosi Honda mencakup wilayah yang luas sampai ke daerah-daerah kecil, selain itu juga iklan Honda sering tayang di televisi yang setiap saat dapat dilihat oleh pelanggan, serta pesan dalam iklan yang mudah dimengerti dan dipahami membuat pelanggan mengetahui dan memahami dengan baik informasi-informasi tentang motor Honda dan mendorong pelanggan untuk membeli motor Honda tersebut. Selain itu masih ada

sebagian kecil pelanggan yang belum dapat mengerti dengan iklan yang dilakukan Honda dalam kegiatan promosinya, sehingga tujuan promosi belum tercapai secara maksimal

3. *Positioning* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan sepeda motor Honda

Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan bahwa *positioning* juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan motor Honda meskipun pengaruhnya paling rendah dibandingkan variabel independen yang lain dalam penelitian ini.

Persaingan yang semakin ketat di bidang industri motor dengan semakin banyaknya perusahaan pabrik motor membuat pelanggan motor berpindah dari satu motor ke motor lain. *Positioning* yang dilakukan perusahaan lain yang mengandalkan kecepatan pada mesin motornya dan desain yang cukup bagus membuat sebagian pelanggan motor Honda menggunakan motor pesaing tersebut. Meskipun demikian pelanggan motor Honda cukup diuntungkan dengan motor Honda yang harganya terjangkau dan hemat dalam penggunaan bahan bakar, sehingga lebih menghemat pengeluaran biaya bahan bakar.

PENUTUP / SIMPULAN

Kesimpulan

Setelah melakukan analisis berdasarkan hipotesis yang di uji, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa “semakin tinggi diferensiasi, maka semakin tinggi keputusan pembelian”, dapat dibuktikan berdasarkan uji t dengan diperoleh hasil berupa nilai koefisien sebesar 0,383 serta signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel diferensiasi memiliki pengaruh lebih tinggi terhadap keputusan pembelian daripada variabel *positioning* dan lebih rendah dari variabel promosi.
2. Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa “semakin tinggi promosi, maka semakin tinggi keputusan pembelian”, dapat dibuktikan berdasarkan uji t dengan diperoleh hasil berupa nilai koefisien sebesar 0,565 serta signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paling tinggi daripada variabel independen lain dalam penelitian ini yaitu diferensiasi dan *positioning*.
3. Hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa “semakin tinggi *positioning*, maka semakin tinggi keputusan pembelian”, dapat dibuktikan berdasarkan uji t dengan diperoleh hasil berupa nilai koefisien sebesar 0,273 serta signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa *positioning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *positioning* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian terendah daripada variabel independen lain dalam penelitian yaitu diferensiasi dan promosi.
4. Berdasarkan nilai dari koefisien beta, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yang pengaruhnya terhadap keputusan pembelian paling tinggi adalah variabel promosi (X_2) yaitu sebesar 0,565. Kemudian diikuti oleh variabel diferensiasi (X_1) sebesar 0,383 dan variabel yang pengaruhnya terhadap keputusan pembelian paling rendah adalah *positioning* (X_3) sebesar 0,273.
5. Berdasarkan hasil uji F dengan nilai sebesar 79,452 serta signifikansi sebesar 0,000 dapat dibuktikan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu diferensiasi, promosi, dan *positioning* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
6. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,704 (70,4%), maka dapat diartikan bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu diferensiasi, promosi, dan *positioning* sebesar 70,4% dan sisanya sebesar 29,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu intensitas penurunan jumlah produk yang terjual lebih tinggi daripada intensitas peningkatan jumlah produk yang terjual pada PT AHM, dimana masalah tersebut berhubungan dengan posisi perusahaan di dalam industri motor di Indonesia dan profitabilitas perusahaan yang juga sangat dipengaruhi oleh keputusan pembelian. Sehingga digunakan pendekatan terhadap variabel diferensiasi, promosi, dan

positioning untuk diketahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel diferensiasi, promosi, dan *positioning* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keputusan pembelian, kemudian diikuti oleh variabel diferensiasi, dan yang paling rendah pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variabel *positioning*. Atas dasar tersebut, maka dapat diturunkan beberapa implikasi kebijakan yang dapat digunakan untuk meningkatkan keputusan pembelian yang meliputi:

1. Peningkatan promosi motor Honda
Berdasarkan analisis deskriptif tentang promosi pada motor Honda menunjukkan bahwa promosi dipersepsikan tinggi oleh pelanggan dan variabel promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, variabel promosi memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, PT AHM harus benar-benar memperhatikan strategi promosinya. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan *above the line* yaitu aktifitas promosi yang biasanya dilakukan oleh manajemen pusat sebagai upaya membentuk *brand image* yang diinginkan, contohnya iklan di televisi dengan berbagai versi (Jaiz, 2009). Beberapa kegiatan promosi dengan *above the line* tersebut yang perlu dipertahankan untuk meningkatkan atau memperoleh pelanggan baru antara lain:
 - a. Wilayah jangkauan promosi Honda sudah cukup luas sampai diberbagai daerah. Kegiatan pemasangan iklan media cetak dalam rangka promosi

diberbagai daerah perlu dijaga. Hal ini dirasa berhubungan dengan persepsi pelanggan tentang iklan-iklan cetak motor Honda yang cukup ditemui diberbagai daerah.

- b. Penayangan iklan motor Honda di televisi perlu dijaga intensitasnya, karena pelanggan memiliki persepsi bahwa iklan motor Honda sering tayang di televisi. Hal ini berarti tayangan iklan Honda sering dilihat pelanggan di televisi, maka akan lebih banyak lagi masyarakat yang akan mengetahui mengenal tentang keunggulan-keunggulan motor Honda dalam iklannya di televisi.
- c. Kualitas iklan Honda dalam kegiatan promosinya harus lebih tetap dijaga dan ditingkatkan baik lagi, misalnya bahasa iklan, kejelasan iklan dan model iklan yang digunakan harus menarik, karena persepsi pelanggan bahwa pesan yang disampaikan Honda tentang motornya pada iklannya dapat dimengerti dan diingat. Sehingga pelanggan dan masyarakat akan lebih mengenal dan memahami tentang motor Honda.

Selain dengan promosi secara *above the line*, juga dapat dilakukan dengan promosi secara *below the line* yaitu promosi yang dilakukan di tingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah mendekati konsumen supaya mereka antusias atau aware dengan produk perusahaan misalnya program bonus atau hadiah, *event-event*. Pada PT AHM, hal ini dapat dilakukan dengan:

- a. Mengadakan atau membuat acara/ kegiatan (*event*) yang diikuti oleh kalangan masyarakat, misalnya musik, olahraga, atau kegiatan bidang motor. Dengan kegiatan event tersebut, Honda dapat leluasa mengenalkan keunggulan-

- keunggulan produk-produk motornya. Dari kegiatan tersebut, memiliki kemungkinan untuk meningkatkan pelanggan baru.
- b. Menjadi sponsor acara besar yang melibatkan banyak masyarakat baik di televisi maupun tidak ditayangkan di televisi dapat menjadi alternatif promosi yang baik. Karena dengan menjadi sponsor acara besar yang melibatkan banyak orang / masyarakat akan lebih membantu Honda dalam mempromosikan produknya.
2. Peningkatan diferensiasi Honda

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tentang diferensiasi menunjukkan bahwa diferensiasi dipersepsikan tinggi dan dari hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini diferensiasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian tertinggi kedua setelah promosi. Oleh karena itu PT AHM perlu memperhatikan beberapa keunggulan sepeda motor Hondanya yang perlu dipertahankan untuk membuat pelanggan memutuskan untuk membeli dan menggunakan motor Honda antara lain:

 - a. Honda perlu untuk terus menciptakan sepeda motor yang handal namun hemat dalam penggunaan bahan bakar, untuk meningkatkan jumlah pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama. Misalnya seperti keandalan dan kehematan bahan bakar yang dimiliki oleh sepeda motor “bebek”nya. Akan lebih baik lagi apabila pada jenis motor Honda yang lain juga dapat diterapkan keunggulan tersebut. Hal tersebut dirasa sangat berhubungan dengan persepsi pelanggan tentang penggunaan motor Honda yang hemat bahan bakar dengan keandalannya.
 - b. Honda perlu meningkatkan kualitas layanan pra jual dan purna jual produk yang telah dimiliki, misalnya peningkatan kualitas pelayanan dengan memberikan kemudahan, keterbukaan dan kenyamanan ketika melayani pelanggan yang ingin mendapatkan informasi-informasi tentang produk Honda maupun yang memiliki minat atau gagasan untuk membeli motor Honda. Hal tersebut dirasa perlu diterapkan karena pelanggan merasa puas dengan layanan pra jual yang diterapkan Honda dan pelanggan juga menganggap bahwa harga purna jual motor Honda yang tetap tinggi.
 - c. Kualitas karyawan Honda, baik keterampilan, keramahan, dan sikap sopan perlu tetap dijaga dan ditingkatkan. Misalnya peningkatan kualitas proses perawatan motor pelanggan saat melakukan jasa servis, sehingga hasil servisnya memuaskan pelanggan, menjaga sikap yang ramah dan sopan saat berkomunikasi dengan pelanggan dan berusaha menciptakan suasana keakraban. Hal tersebut dirasa sangat berhubungan dengan persepsi pelanggan tentang kepuasan yang didapat selama mereka melakukan perawatan motor serta pencarian informasi-informasi tentang produk Honda.
 - d. Mempertahankan citra perusahaan yang telah dimiliki harus dilakukan, dengan membuat kegiatan-kegiatan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Misalnya kegiatan atau *event* olahraga pagi yang berhadiah, kegiatan amal untuk korban bencana

alam. Karena persepsi pelanggan tentang Honda cukup baik.

Selain mempertahankan keunggulan-keunggulan yang telah dimiliki, Honda juga perlu memperhatikan dan mempertimbangkan beberapa faktor yang mungkin belum memenuhi harapan pelanggan, untuk meningkatkan atau memaksimalkan produk yang terjual:

- a. Keandalan dan penggunaan bahan bakar yang hemat pada motor Honda hampir dapat ditiru oleh pesaing, oleh karena itu sebaiknya teknisi mesin dan atribut motor Honda perlu memberikan diferensiasi produk yang lebih baik lagi. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan desain produk yang lebih variatif, modern, dan sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan.
- b. Sikap baik dan keakraban pada pelanggan harus dimiliki oleh setiap karyawan Honda, karena dengan sikap tersebut pelanggan merasa nyaman dan leluasa dalam menyampaikan hal yang diinginkannya tentang motor Honda.

3. Peningkatan *positioning* motor Honda

Berdasarkan analisis deskriptif tentang *positioning* pada motor Honda menunjukkan bahwa *positioning* dipersepsikan tinggi oleh pelanggan dan berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel *positioning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, variabel *positioning* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paling rendah. Meskipun demikian, *positioning* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka PT AHM tetap harus memperhatikan dan mempertahankan

faktor-faktor dalam kegiatan *positioning*nya untuk mempertahankan pelanggan lama maupun memperoleh pelanggan baru antara lain:

- a. Kebijakan harga yang diterapkan Honda pada produknya perlu dipertahankan, misalnya tetap mempertahankan harga setiap motor Honda meskipun ada penambahan variasi pada produk tetapi masih memperkirakan profit yang akan diperoleh dari setiap harga yang ditetapkan tersebut. Karena harga yang dikenakan pada setiap produk Honda dipersepsikan oleh pelanggan sesuai dengan kualitasnya. Sebagian besar pelanggan menilai bahwa harga motor Honda sesuai dengan kualitas dan terjangkau, dengan persepsi tersebut akan tercipta didalam benak pelanggan tentang terjangkaunya harga motor Honda, sehingga banyak yang memutuskan untuk membeli dan menggunakan motor Honda.
- b. Kualitas mesin motor Honda yang kuat dan tahan lama perlu tetap dijaga dan lebih baik ditingkatkan. Misalnya diciptakan mesin yang kuat untuk berbagai medan jalan. Karena banyak pelanggan yang memiliki persepsi bahwa motor Honda berkualitas dan memiliki mesin yang kuat serta tahan lama. Hal tersebut akan tercipta di dalam benak pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk memutuskan membeli dan menggunakan motor Honda
- c. Keunggulan motor Honda yang terletak pada penggunaan bahan bakar yang lebih hemat membuat pelanggan memiliki persepsi menggunakan Honda akan menghemat pengeluaran biaya untuk bahan bakar. Dan hal tersebut telah ada dalam benak pelanggan. Oleh

karena itu, perusahaan harus dapat mempertahankan keunggulan tersebut supaya tujuan untuk mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru dapat dicapai. Akan lebih baik apabila setiap motor Honda mampu memiliki keunggulan tersebut.

Selain faktor-faktor diatas yang dipertahankan, ada beberapa hal yang juga perlu diperhatikan dan dijadikan bahan pertimbangan oleh Honda dalam kegiatan *positioningnya* antara lain:

- a. Sekarang ini cukup banyak yang menyukai motor yang memiliki kecepatan. Honda sudah dapat menciptakan motor yang memiliki kecepatan dengan penggunaan bahan bakar yang relatif lebih hemat, tetapi masih banyak yang menganggap motor Honda masih memiliki kecepatan dibawah motor-motor pesaing. Oleh karena itu Honda setiap memasarkan produk perlu menekankan pada calon pelanggan bahwa produknya tersebut memiliki kecepatan yang dimiliki oleh pesaing tetapi masih lebih hemat dalam menggunakan bahan bakar.
- b. Honda harus dapat menempatkan keunggulan produknya mulai dari desain, kualitas mesin, kecepatan, dan segala kemudahan dan kebaikan yang akan didapat pelanggan tentang Honda dengan baik dibenak pelanggan dan calon pelanggan. Karena dengan begitu pelanggan akan lebih memilih motor Honda daripada motor-motor yang lain dari pesaing, karena didalam benak mereka motor Honda memiliki banyak keunggulan daripada motor-motor lain.

Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan dalam penelitian

ini yang dapat dijadikan sebagai bahan koreksi serta bahan pembelajaran untuk melakukan penelitian yang akan datang. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Responden kurang cermat dalam pengisian kuesioner terutama dalam pengisian pertanyaan terbuka yang diajukan.
2. Ada perbedaan jumlah data penjualan motor Honda di beberapa sumber, sedangkan pada situs resminya Honda belum tertera data penjualan motor Honda secara pasti. Data yang penulis gunakan didapat dari situs kompas dan beberapa blog tentang penjualan motor nasional yang mendukung.

Agenda Penelitian Mendatang

Pada penelitian mendatang dapat menambahkan variable bebas selain variable yang sudah diteliti, misalnya dengan menambahkan variable word of mouth (WOM) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian atau dengan melakukan penelitian pada obyek yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Arikuntoro, Suharsimi. 1998. Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek). Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Effendy, Novan. 2005. Pengaruh Positioning Produk terhadap Keputusan Pembelian Toyota di PT Astra Internasional Auto 2000 Cabang Medan Gatot Subroto. Tesis. Medan : Universitas Sumatera Utara, diakses tgl 03 Februari 2011.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang.

- Hahn, F.E. 2002. Beriklan dan Berpromosi Sendiri. Jakarta : PT Grasindo.
- Handoko, H.T. 2000. Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta : Liberty.
- Haryani. 2006. Pengaruh Harga, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian “Daia”, Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang, diakses tanggal 03 Februari 2011.
- <http://www.triatmono.wordpress.com>, diakses tanggal 13 Mei 2010
- Kartajaya, Hermawan. 1996. Marketing Plus 2000 : Siasat Memenangkan Persaingan Global. Jakarta : Gramedia
- Kotler, Philip. 1996. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Bandung : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid II. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi Milenium. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid I. Jakarta : Indeks
- Kotler, P & Armstrong. 2001. Dasar – Dasar Pemasaran. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Marliah, Siti. 2009. Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna Kartu Prabayar IM3 du Galeri Indosat). Skripsi. Malang. Diakses tanggal 03 Februari 2011.
- Nurdiana, 2007. Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia. Skripsi. Bandung, diakses tanggal 03 Februari 2011.
- Rimayati, Anisa. 2009. Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Supra X 125 pada PT Astra Motor Slawi. Skripsi. Semarang Universitas Diponegoro, diakses tanggal 03 Februari 2011.
- Rosvita, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum dalam Kemasan Merek The Botol Sosro. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro, diakses tanggal 03 Februari 2011.
- Setiawati, Bekti, 2006. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Rambak “Dwijoyo” Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang, diakses tanggal 03 Februari 2011.
- Sigit, Soehardi. 1997. Marketing Praktis. Yogyakarta : Liberty.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : CV Alfabeta.
- Swastha, B dan Irawan. 1990. Manajemen

- Pemasaran Modern. Yogyakarta : BPFE - YKPN.
- Swastha, Basu. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta :Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2001. Prinsip – Prinsip Total Quality Service. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Malang : Bayu Media Publishing.

Pengaruh Modal Intelektual Pada Kinerja Organisasional: Sebuah Pendekatan Komplementarian

Hamdi Harmen

Fairuzzabadi

Farid

Faculty of Economics Syiah Kuala University Darussalam, Banda Aceh

hamdi_harmen89@yahoo.com

fairuzzabadi@gmail.com

payoengpanjie@yahoo.com

Abstract

The study aims to examine the effect of intellectual capital's components – human, structural, and relational capital, and their interactions on the organizational performance in a sample of private higher education in Yogyakarta. The regressions results indicated organizational performance in the dimension of organizational effectiveness can be well-explained by each component of intellectual capital. The results also indicated the interactions among human capital and relational capital had a synergistic or enhancing interactions in explaining performance of higher education institution.

Keywords: *intellectual capital, organizational performance, higher education institution.*

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, pengetahuan (*knowledge*) dan modal intelektual (*intellectual capital*) telah menjadi topik yang sangat menarik untuk dikaji khususnya di dalam literatur manajemen strategik. Hal ini disebabkan oleh peran utamanya sebagai bagian dari fondasi bisnis pada abad ke 21, dan merupakan sumber untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing organisasi (Grant, 1996; Nonaka, 1994; Dyer & Nobeoka, 2000). Hal ini didukung oleh banyak hasil penelitian yang menunjukkan bahwa modal intelektual merupakan salah satu sumber utama penentu tingkat kinerja yang dicapai organisasi (Edvinsson & Malone, 1997; Teece, 1998; Tsai & Ghoshal, 1998;

Gupta & Govindarajan, 2000; Youndt, Subramaniam & Snell, 2004; Reed, Lubatkin & Srinivasan, 2006).

Sejalan dengan pendekatan *resource based view* (RBV), peran berbagai modal intelektual yang merupakan salah satu sumberdaya tak berujud, akan memberikan manfaat atau hasil yang lebih besar bagi peningkatan kinerja dan pencapaian keunggulan bersaing yang berkesinambungan perusahaan jika dikombinasikan dan diintegrasikan satu dengan yang lain (Barney, 1991). Pentingnya integrasi dan komplementer (*complementarities*) antar sumberdaya organisasional yang merupakan implikasi dari salah parameter VRIO, yaitu

organization (Barney & Clark, 2007) juga sesuai dengan konsep sumberdaya komplementer (*complementary resources*) dari Dyer dan Singh's (1998) dan pendapatnya Teece, Pisano, dan Shuen (1997), yang mengatakan bahwa pesaing akan sulit untuk meniru keunggulan bersaing sebuah organisasi yang memiliki kombinasi sumberdaya spesifik yang bernilai, yang lahir dari sebuah proses organisasional yang *causally ambiguous*, *path dependent*, dan *socially complex*. Efek interaksi dan komplementer ini juga menyebabkan salah satu sumberdaya atau kapabilitas tidak bisa dipisahkan dari yang lain. Hal ini dikarenakan keberadaan suatu sumberdaya akan meningkatkan nilai sumberdaya lain, yang akhirnya berdampak pada baik buruknya hasil yang diperoleh organisasi (Carmeli & Tishler, 2004; Ennen & Richter, 2010). Lebih lanjut, sumberdaya komplementer dan aset yang saling berhubungan atau *interconnectedness of asset* (Dierickx & Cool, 1989) menjadi mekanisme isolasi yang menyebabkan sumberdaya takberujud tidak dapat ditiru (Rivkin dalam Carmeli & Tishler, 2004) dan *causally ambiguous* (Dierickx & Cool, 1989; Barney, 1995), serta menjadikannya sebagai sumber keunggulan bersaing. Sebagai contoh, adanya interaksi dan komplementaritas yang kuat antar berbagai elemen dalam sebuah sistem akan menjadi hambatan bagi perubahan organisasional, karena perubahan pada salah satu elemen akan berpengaruh atau membutuhkan perubahan pada berbagai elemen lainnya dari sistem tersebut (Milgrom & Roberts, 1995 dalam Ennen & Richter, 2010).

Secara umum, modal intelektual didefinisikan sebagai pengetahuan kolektif

yang melekat pada karyawan, rutinitas organisasional dan *network relationship* dari organisasi (Bontis, 2002). Sementara Nahapiet dan Ghoshal (1998) serta Stewart (1997) mendefinisikan modal intelektual sebagai keseluruhan pengetahuan dan kapabilitas (*knowing capabilities*) yang bisa dipergunakan untuk mencapai keunggulan bersaing bagi organisasi. Dari definisi ini terlihat bahwa modal intelektual merupakan salah satu modal dan penentu keunggulan bersaing organisasi, sehingga bisa diaplikasikan pada jenis organisasi apapun, baik yang berorientasi profit ataupun nonprofit (Kong & Thomson, 2006). Namun demikian, dari berbagai penelitian yang ada, sebagian besarnya mengambil *setting* penelitian pada organisasi profit, sementara yang mengambil *setting* penelitian pada organisasi sektor publik (organisasi nonprofit) khususnya pendidikan tinggi masih sangat langka dan terbatas. Untuk itu, penelitian ini akan mencoba untuk menguji pengaruh berbagai elemen dari modal intelektual (*human capital*, *structural capital* dan *relational capital*) serta interaksi antar berbagai elemen tersebut pada kinerja organisasional institusi pendidikan tinggi.

Pemilihan institusi pendidikan tinggi sebagai konteks penelitian disebabkan institusi pendidikan tinggi merupakan organisasi yang bergerak di bidang jasa yang pengetahuan dan informasi serta modal intelektual berada di garis terdepan dan menentukan kinerja organisasional (Canal dalam Carmeli & Tishler, 2004). Fenomena menarik lainnya yang menyebabkan institusi pendidikan tinggi dipilih adalah karena institusi pendidikan tinggi berbeda dan memiliki karakteristik

yang unik bagi peneliti, bila dibandingkan dengan organisasi sektor publik lainnya. Cameron (1978) mengatakan bahwa sangat sulit untuk mengukur dengan pasti tujuan dan *outcome* dari sebuah institusi pendidikan tinggi (*higher education*).

Faktor lain yang menyebabkan institusi pendidikan tinggi dipilih adalah karena institusi pendidikan tinggi merupakan aktor yang memainkan peranan penting di dalam berbagai sistem inovasi sebuah negara atau *national innovation systems* (Lisbon Council, 2000 dalam Sanchez & Elena, 2006). Di samping juga semakin tingginya tuntutan agar institusi pendidikan tinggi mampu merespon setiap kebutuhan pengembangan regional, dengan menjadi motor penggerak dan sumber pengetahuan bagi pengembangan industri, khususnya di negara yang sedang berkembang. Kondisi ini telah mendorong institusi pendidikan tinggi untuk tidak hanya menjalankan aktivitas pendidikan semata, tetapi juga dituntut untuk menjadi organisasi riset (*research organizations*) yang menyediakan berbagai solusi untuk berbagai permasalahan yang dialami oleh *stakeholder* baik industri, pemerintah maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh modal intelektual dan interaksi antar berbagai dimensinya pada kinerja organisasional. Adapun kontribusi penelitian ini antara lain penelitian ini menyediakan integrasi yang sistematis konsep modal intelektual sebagai determinan keunggulan bersaing yang berkesinambungan institusi pendidikan tinggi. Hasil penelitian ini juga

diharapkan akan membantu pengelola institusi pendidikan tinggi untuk melihat pentingnya modal intelektual sebagai sumber untuk menciptakan dan memelihara keunggulan bersaing institusinya, serta memanifestasikannya dalam berbagai tindakan yang nyata.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kinerja Organisasional

Di dalam mendefinisikan kinerja organisasional, para ahli menggunakan istilah yang berbeda. Ada peneliti yang menggunakan istilah keunggulan bersaing, *economic rent*, dan ada juga yang menggunakan keduanya. Barney (1991, 2001) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai strategi pasar produk yang unik (*unique product market strategies*). Sementara Petegraf dan Barney (2003) mendefinisikannya sebagai kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai ekonomis (*economic value*) yang lebih baik dari pesaing pada pasar sebuah produk. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasional antara lain dapat berupa: (1) indikator keuangan seperti *return on asset* (ROA), *return on sales* (ROS), dan *return on investment* (ROI); (2) kinerja bisnis dalam indikator non-keuangan atau strategik seperti pangsa pasar, pengenalan produk baru, kualitas produk, keefektifan pemasaran, nilai tambah dari aktivitas produksi, serta berbagai ukuran efisiensi teknologi lainnya; dan, (3) indikator keefektifan organisasional (Venkatraman & Ramanujam, 1986). Namun karena penelitian ini menggunakan *setting* penelitian pada institusi pendidikan tinggi, kinerja organisasional lebih

difokuskan pada berbagai indikator keefektifan organisasional untuk institusi pendidikan tinggi yang dikembangkan oleh Kim Cameron (1978). Indikator-indikator keefektifan organisasional tersebut antara lain adalah: Kepuasan mahasiswa dalam pendidikan; Pengembangan akademik mahasiswa; Pengembangan karir mahasiswa; Pengembangan individu mahasiswa; Kepuasan kerja dosen dan karyawan; Pengembangan profesionalitas dan kualitas dosen; Sistem keterbukaan dan interaksi dengan masyarakat; Kemampuan untuk mendapatkan modal; dan Kesehatan organisasional atau iklim akademik.

Modal Intelektual

Reed *et al.* (2006) mengatakan bahwa *intellectual capital view* (ICV) merupakan pelengkap (*complementary*) bagi *knowledge-base view* (KBV). Kedua pendekatan ini sama-sama menjelaskan tentang dinamika pengetahuan yang tersembunyi (*hidden knowledge*) yang mendasari nilai organisasi, di samping keduanya juga sama-sama mendasar pada Teori *Resource based* (RBV). Edvinsson dan Malone (1997) mendefinisikan modal intelektual sebagai kepemilikan pengetahuan, pengalaman aplikasian (*applied experience*), teknologi organisasional, hubungan pelanggan dan keahlian profesional yang mampu menghasilkan keunggulan bersaing organisasi di dalam pasar industrinya.

Dari definisi ini, Edvinsson dan Malone (1997) membagi modal intelektual dalam dua konstruk, yaitu modal manusia yang merupakan pengetahuan yang diciptakan dan dimiliki atau tersimpan pada karyawan, dan modal struktural (*structural capital*) yang merupakan penguat, pemberdaya dan infrastruktur pendukung bagi modal manusia. Lebih lanjut, Edvinsson dan Malone (1997) kemudian juga membagi modal struktural menjadi: modal organisasional (*organizational capital*) yang merupakan pengetahuan yang diciptakan dan tersimpan di dalam berbagai proses dan sistem teknologi informasi yang dimiliki organisasi, dan modal pelanggan (*customer capital*) yang merupakan hubungan yang dimiliki organisasi dengan para pelanggannya. Hal ini juga didukung oleh Bontis (1996) yang menyebutkan bahwa modal pelanggan sebagai salah satu aspek dari *relational capital*, yang mencakup berbagai hubungan dengan pihak eksternal organisasi.

Dalam beberapa tahun terakhir, walaupun modal intelektual telah menjadi hal yang menarik baik bagi para peneliti maupun praktisi, namun definisinya masih belum *robust*. Ada begitu banyak definisi yang ditawarkan dan digunakan di dalam berbagai penelitian yang ada. Tabel 1 menunjukkan berbagai definisi modal intelektual menurut para ahli.

Tabel 1. Definisi Modal Intelektual Menurut Para Ahli

Authors	Definition
Bassi (1997)	All types of organizationally relevant knowledge and its basic components are HC, SC and customer capital
Bontis (1999)	Encompassing HC, SC and RC

Booth (1998)	The ability to translate new ideas into products or services
Bradley (1997)	The ability to convert invisible assets such as knowledge into resources that create wealth, not only within corporations but within a nation
Brennan and Connell (2000)	Can be thought of as the knowledge-based equity of a company
Brooking (1997)	The difference between the book value of the company and the amount of money someone is prepared to pay for it
Choong (2008)	IC has been defined to include expenditures on advertising (marketing), training, startup, R&D activities, human resource expenditures, organizational structure, and values that come from brand names, copyrights, covenants not to compete, franchises, future interests, licences, operating rights, patents, record masters, secret processes, trademarks and trade names
Edvinsson and Malone (1997)	The procession of knowledge, applied experience, organizational technology. Customer relationships and professional skills that provide Skandia with a competitive edge in the market
Edvinsson and Sullivan (1996)	Knowledge that can be converted into value
Harrison and Sullivan (2000)	Knowledge that can be converted into profit
Heisig, Vorbeck and Niebuhr (2001)	IC is valuable, yet invisible
Kim and Kumar (2009)	IC as the mixture of human, structural and relational resources of an organization
Mouritsen, Larsden and Bukh (2005)	IC mobilizes things such as employees, customers, information technology, managerial work and knowledge. IC cannot stand by itself as it merely provides a mechanism that allows the various assets to be bonded together in the productive process of the firm
Pablos (2003)	The difference between the company's market value and its book value. Knowledgebased resources that contribute to the sustained competitive advantage of the firm from IC
Petty and Guthrie (2000)	Indicative of the economic value of two categories (organization and HC) of the intellectual asset of a company
Rastogi (2003)	The holistic or meta-level capability of an enterprise to coordinate, orchestrate and deploy its knowledge resources towards creating value in pursuit of its future vision
Roos and Roos (1997)	The sum of the hidden assets of the company not fully captured on the balance sheet, and thus includes both what is in the heads of organizational members and what is left in the company when they leave
Stewart (1997)	Intellectual material – knowledge, information, intellectual property, experience – that can be put to use to create wealth
Subramaniam and Youndt (2005)	IC is the sum of all knowledge stacks firms utilize for competitive advantage Sveiby (1998) Composed of individual competence, internal structure and external structure
Zerenler, Hasiloglu and Sezgin (2008)	Total stocks of all kinds of intangible assets, knowledge, capabilities and relationships etc. at employee level and organization level within a company, and can most commonly be split into three types: HC, SC and RC

Dikutip dari Hsu dan Wang (2010)

Berdasarkan berbagai definisi para ahli tersebut, disimpulkan bahwa definisi dan komponen modal intelektual sudah sangat jelas, dan ada begitu banyak model penelitian yang menginstitutionalisasi modal intelektual pada setiap level organisasi. Hal ini diperkuat oleh pendapatnya Edvinsson

dan Sullivan (1996) yang mengatakan bahwa, walaupun para peneliti terdahulu belum seluruhnya sepakat dengan bentuk dan kategorisasi dari modal intelektual, namun sudah ada konsensus bahwa modal intelektual terdiri atas modal manusia (HC), modal relasional (RC) dan modal

struktural (SC). Berdasarkan konsensus inilah, penulis menggunakan ketiga elemen ini untuk menjelaskan modal intelektual dan melihat hubungannya dengan kinerja organisasional.

Hubungan Modal Manusia dan Kinerja Organisasional

Hitt, Bierman, Shimizu dan Kochhar (2001) mendefinisikan modal manusia sebagai sekumpulan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individual yang bisa dipergunakan untuk menghasilkan *outcome* yang diinginkan organisasi. Modal manusia ini terus berkembang menjadi faktor penting karena pengetahuan (*knowledge*) telah menjadi salah satu faktor penting bagi organisasi untuk mencapai keunggulan bersaing khususnya dalam perspektif ekonomi baru (Grant, 1996). Seperti diketahui, berbagai dimensi yang melekat pada modal manusia seperti pengetahuan, keterampilan dan keahlian merupakan dimensi yang bersifat *tacit* (Lane & Lubatkin, 1998), tidak mudah untuk diartikulasi dan ditransfer (Teece, *et al.*, 1997), melekat pada rutinitas yang tidak bisa dikodifikasikan (*uncodified routines*) serta kontek sosial organisasional (Liebeskind, 1996).

Di samping itu, lebih spesifik Hitt *et al.* (2001) menyebutkan bahwa dimensi yang bersifat *tacit* ini sebagian melekat pada individu manusia, dan sebagian lagi melekat pada hubungan kerja yang bersifat kolaboratif (*collaborative working relationship*) yang melibatkan interaksi modal manusia baik dengan sesamanya di dalam sebuah tim, maupun dengan modal lain yang dimiliki organisasi, yang akan menghasilkan sebuah kombinasi unik

yang akan menciptakan hubungan yang kompleks (*socially complex*) dan akan mempersulit pesaing untuk menirunya (Barney, 1995). Oleh karena itu, kesesuaian (*appropriability*) antara modal manusia dengan berbagai elemen organisasi lainnya sebagai sebuah kolaborasi menjadi sangat penting (Grant, 1991). Berbagai kondisi inilah yang menjadikan modal manusia dengan berbagai dimensinya yang bersifat *tacit* ini menjadi unik, sulit untuk ditiru, dan sulit untuk dimobilisasi atau dipindahkan dari satu organisasi ke organisasi lain, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai tambah bagi organisasi khususnya bagi organisasi yang bergerak di bidang jasa.

Pentingnya pengaruh modal manusia di dalam meningkatkan kinerja dan mencapai keunggulan bersaing bagi organisasi, juga didukung oleh banyak hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh modal manusia baik langsung maupun tidak langsung pada pencapaian kinerja dan keunggulan bersaing yang berkesinambungan organisasi (Huselid, 1995; Lado & Wilson, 1994; Hitt *et al.*, 2001; Hatch & Dyer, 2004; Pennings, Lee & Witeloostuijn, 1998). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Modal manusia berpengaruh positif pada kinerja organisasional

Hubungan Modal Relasional dan Kinerja Organisasional

Helfat *et al.* (2007:66) mendefinisikan modal relasional sebagai salah satu bentuk dari kapabilitas dinamis organisasi yang dengan sengaja dipergunakan untuk menciptakan, memperluas atau memodifikasi basis

modal yang dimiliki organisasi, serta memperbesar basis modal tersebut dengan memasukkan berbagai modal yang dimiliki oleh partner. Sementara Luo, *et al.* (2004) melihat kapabilitas relasional sebagai modal yang takberujud yang mampu menciptakan hubungan sosial, yang bisa digunakan organisasi untuk memfasilitasi setiap kegiatan untuk mencapai keunggulan bersaing (Luo *et al.*, 2004).

Modal relasional sangat diperlukan organisasi karena dengan modal relasional ini organisasi dapat membangun dan mengeloladenganbaikhubungankerjasama, baik dengan jaringan kerja internal (*internal network*) yang diperuntukkan untuk mencapai sinergi antar berbagai elemen di dalam organisasi, maupun dengan jaringan kerja eksternal (*external network*) terutama dengan konsumen, pemasok, institusi pemerintah bahkan pesaing sekalipun untuk bisa memantau setiap perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal (Hall, 1992; Luo *et al.*, 2004).

Di samping itu, modal relasional juga mampu menciptakan dan memberikan nilai tambah bagi organisasi melalui penciptaan hubungan dengan berbagai modal yang spesifik, memberikan akses untuk mendapatkan kapabilitas komplementer, meningkatkan akses terhadap pengetahuan dan informasi, proses pembelajaran bagi organisasi serta mampu menghadirkan mekanisme pengelolaan yang efektif yang bisa membatasi biaya transaksi antar organisasi yang terlibat di dalam sebuah kerjasama yang dijalankan oleh berbagai organisasi tersebut (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Helfat *et al.*, 2007). Berbagai kondisi dan keuntungan inilah yang diasumsikan

akan sangat mempengaruhi perbedaan kinerja antar organisasi. Lebih lanjut, hal ini juga sesuai dengan pendapat Nahapiet dan Ghoshal (1998) yang menyebutkan bahwa berbagai keuntungan tersebut hanya akan diperoleh organisasi melalui proses kombinasi dan pertukaran yang semuanya terjadi melalui proses interaksi dan relasi serta melibatkan modal sosial antar pihak yang terlibat di dalamnya.

Berbagai kondisi ini juga diperkuat dengan berbagai bukti empiris. Banyak hasil penelitian yang menunjukkan besarnya manfaat yang diperoleh dari aktivitas kerjasama terhadap peningkatan kinerja yang diperoleh organisasi yang menjadi partner di dalam hubungan kerjasama tersebut (Hamel, 1991; Hagedoorn & Schakenraad, 1994; Doz, 1996). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Modal relasional berpengaruh positif pada kinerja organisasional.

Hubungan modal struktural dengan kinerja organisasional

Secara umum, modal struktural merupakan berbagai proses dan prosedur yang diciptakan dan tersimpan di dalam sistem teknologi organisasi, yang dengannya mempercepat mengalirnya pengetahuan di dalam organisasi (Youndt *et al.*, 2004). Hal ini juga sesuai dengan pendapat berbagai peneliti lainnya, yang mengatakan bahwa modal struktural atau beberapa peneliti menyebutnya dengan modal organisasional (*organizational capital*) sebagai pengetahuan dan pengalaman yang terinstitusionalisasikan selain yang

dimiliki atau melekat pada karyawan, yang dimiliki dan tersimpan di dalam organisasi, seperti data base, rutinitas, paten, petunjuk (*manuals*), struktur, strategi, budaya organisasional, publikasi dan hak cipta serta berbagai bentuk lainnya yang mampu menciptakan nilai bagi organisasi (Hall, 1992; Walsh dan Ungson, 1991; Bontis *et al.*, 2000). Lebih lanjut, modal struktural juga merupakan infrastruktur pendukung bagi modal manusia dan modal relasional. Bila dibandingkan dengan modal manusia, modal struktural merupakan sumber daya yang sepenuhnya menjadi milik, dan akan tetap bersama dengan organisasi tanpa adanya batas waktu (Youndt *et al.*, 2001). Dengan kata lain, modal struktural merupakan pengetahuan, keahlian dan informasi yang tetap akan tinggal bersama dengan organisasi ketika para karyawan pulang kerumahnya pada malam hari. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Daft dan Weick (1984, p. 285) yang mengatakan bahwa “para karyawan akan datang dan pergi, tetapi organisasi harus menjaga pengetahuan sepanjang waktu”.

Di dalam penelitian ini, sesuai dengan pendapatnya Hsu dan Wang (2010), modal struktural terdiri dari dua unsur utama, yaitu berbagai proses organisasional dan sistem informasi. Proses organisasional merupakan cara atau rutinitas unik karyawan mempergunakan berbagai informasi dan modal pengetahuan lainnya yang tersedia di organisasi, untuk melaksanakan berbagai tugas dan aktifitas rutinnya. Rutinitas dan proses yang unik inilah yang akan menjadi salah satu sumber keunggulan bersaing dan kinerja organisasi (Hsu & Wang, 2010). Sementara sistem informasi merupakan sistem teknologi yang

dipergunakan organisasi untuk mengelola berbagai pengetahuan yang dimilikinya. Adanya sistem informasi yang baik, pergantian informasi akan terus terjadi, sehingga akan menghasilkan struktur dan proses organisasional yang mapan, yang dengannya memungkinkan organisasi mengakumulasi dan mempergunakan pengetahuan dengan cara-cara yang tepat. Dengan kedua unsur ini, modal struktural akan sangat *powerfull* untuk menyediakan sebuah lingkungan yang memungkinkan organisasi menciptakan dan mengungkit (*lavarage*) pengetahuan yang dimilikinya, yang pada akhirnya akan memberikan manfaat bagi peningkatan kinerja organisasi. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Modal struktural berpengaruh positif pada kinerja organisasional.

Pengaruh interaksi dan komplementer berbagai komponen modal intelektual pada kinerja organisasional

Salah satu hal penting di dalam konsep RBV adalah efek interaksi dan komplementer (*complementarities*). Teece (1986) mendefinisikan sumberdaya komplementer sebagai sekumpulan sumberdaya yang akan bernilai atau nilainya akan meningkat karena adanya sumberdaya yang lain, sehingga suatu sumberdaya tidak bisa dipisahkan dari sumberdaya yang lain di dalam organisasi (Carmeli & Tishler, 2004). Sementara Dierickx dan Cool (1989) menyebutkan sumberdaya komplementer ini sebagai sekumpulan sumberdaya yang saling berkaitan (*interconnectedness of asset*), sehingga untuk mengukurnya tidak bisa dilakukan secara individu atau terpisah, tetapi harus dilakukan secara kolektif.

Seperti misal, dengan adanya kabilitas relasional baik internal maupun eksternal yang baik, akan memudahkan pengetahuan yang dimiliki oleh satu unit ditransfer ke unit yang lain, sehingga akan meningkatkan kapabilitas inovasi karyawan, pembelajaran yang semakin baik serta efektifitas kerja antar tim akan semakin baik (Reed *et al.*, 2006). Di samping itu, modal manusia yang memiliki koneksi yang baik untuk membina hubungan baik internal maupun eksternal, akan mempermudah organisasi mendapatkan berbagai informasi tentang berbagai *best practices* yang berkembang, kebutuhan konsumen, tindakan pesaing, serta dapat memfasilitasi proses difusi dan transfer pengetahuan yang merupakan modal utama bagi terwujudnya organisasi pembelajar (Reed *et al.*, 2006). Berbagai kondisi inilah yang pada akan membantu organisasi untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan bersaingnya. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Interaksi antar komponen modal intelektual berpengaruh pada kinerja organisasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis pada level organisasional, sehingga populasi penelitian ini adalah fakultas-fakultas pada berbagai universitas swasta dan sekolah tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena penelitian ini menggunakan analisis regresi sebagai peralatan analisis dan pengujian hipotesis, ketepatan pemilihan ukuran sampel penting untuk memastikan kecukupan kekuatan prediksinya (*predictive power*) (Cohen, Cohen, West & Aiken, 2003). Untuk itu, penentuan

ukuran sampel mengacu pada pendapat atau *rule of thumb* Hair *et al.* (2006: 197) yang mengatakan bahwa rasio minimum sampel yang dianjurkan adalah 50 sampai dengan 100 observasi untuk mendapatkan kekuatan penelitian (*power*) sebesar 0,80 di dalam analisis regresi.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Kinerja Organisasional

Kinerja organisasional adalah kinerja fakultas pada berbagai universitas swasta dan sekolah tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Cameron (1978), mengatakan bahwa keefektifan sebuah institusi pendidikan dapat diukur dari 9 elemen, yaitu: kepuasan mahasiswa dalam pendidikan, pengembangan akademik mahasiswa, pengembangan karir mahasiswa, pengembangan individu mahasiswa, kepuasan kerja dosen dan karyawan, pengembangan profesionalitas dan kualitas dosen, sistem keterbukaan dan interaksi dengan masyarakat, kemampuan untuk mendapatkan modal, serta kesehatan organisasional atau iklim akademik. Dalam penelitian ini, para responden diminta untuk mengisi keseluruhan item yang mengukur 9 elemen indikator keefektifan sebuah institusi pendidikan yang dikembangkan oleh Cameron (1978) dengan menggunakan skala Likert 1 (sangat tidak penting sekali) sampai 7 (sangat penting sekali).

Modal Manusia

Hitt *et al.* (2001) mendefinisikan modal manusia sebagai sekumpulan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individual yang bisa dipergunakan untuk menghasilkan *outcome* yang diinginkan organisasi. Sejalan dengan definisi tersebut, dalam

penelitian ini, modal manusia diukur dengan dimensi yang dikembangkan oleh Youndt *et al.*, (2004). Dalam penelitian, para responden diminta untuk menanggapi empat item yang berhubungan dengan tingkat pendidikan dan pengalaman kerja serta delapan item yang berhubungan dengan tingkat kompetensi. Skala Likert 1 (sangat tidak setuju sekali) sampai 7 (sangat setuju sekali) digunakan dalam penelitian ini. Contoh item pertanyaannya adalah para pegawai memiliki keahlian yang tinggi untuk menjalankan tugas mereka.

Modal Relasional

Luo, *et al.* (2004) melihat modal relasional sebagai modal yang takberujud yang mampu menciptakan hubungan sosial, yang bisa digunakan organisasi untuk memfasilitasi setiap kegiatan untuk mencapai keunggulan bersaing (Luo *et al.*, 2004). Dalam penelitian ini, modal relational diukur dengan menggunakan dimensi – dimensi yang dikembangkan Youndt *et al.*, (2004). Para responden diminta untuk menanggapi lima item yang dikembangkan oleh Kale *et al.* (2000). Skala Likert 1 (sangat tidak setuju sekali) sampai 7 (sangat setuju sekali) digunakan dalam pengukuran ini. Contoh pertanyaannya adalah: Para pegawai kami saling memberikan informasi dan belajar dari satu dengan yang lain.

Modal Struktural

Modal struktural merupakan berbagai proses dan prosedur yang diciptakan oleh dan tersimpan di dalam sistem teknologi organisasi, yang dengannya mempercepat mengalirnya pengetahuan di dalam organisasi (Youndt *et al.*, 2004). Dalam penelitian ini, modal relational diukur dengan menggunakan dimensi – dimensi

yang dikembangkan Youndt *et al.*, (2004). Para responden diminta untuk menanggapi lima item yang dikembangkan oleh Kale *et al.* (2000). Skala Likert 1 (sangat tidak setuju sekali) sampai 7 (sangat setuju sekali) digunakan dalam pengukuran ini. Contoh pertanyaannya adalah: Pengetahuan dan informasi yang dimiliki organisasi kami mengakar di dalam struktur, sistem dan proses organisasional.

Metoda Analisis Data

Metoda analisis data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Metoda ini dipilih karena alat analisis ini mempunyai kekuatan dalam memprediksi sebuah variabel dependen dengan menggunakan variabel independen yang lebih dari satu yang disebut juga prediktor (Hair *et al.*, 2006). Ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*-nya (Ghozali, 2006), yang diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F, dan koefisien determinasinya. Ketika menggunakan analisis regresi berganda, Hinkle *et al.* (2003) mengatakan bahwa ada dua hal penting yang harus diperhatikan. *Pertama*, pemilihan sekumpulan prediktor (variabel independen) yang efektif, yang tidak hanya berhubungan kuat dengan variabel dependen, tetapi juga bisa menjelaskan dengan baik proporsi varian yang berbeda di dalam variabel dependen. *Kedua*, pemilihan variabel prediktor yang memiliki korelasi rendah antar sesamanya, sehingga sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian multikolinieritas (*multicollinearity diagnostic*) untuk memastikan bahwa antar

sesama variabel independen tidak memiliki korelasi yang sempurna. Untuk menguji apakah model regresi mengandung gejala multikolinieritas, ditentukan berdasarkan perhitungan *Variance Inflation Factor* atau VIF. Apabila VIF lebih kecil dari 10 berarti tidak ada multikolinieritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara ringkas, data dan karakteristik hasil penelitian tergambarkan pada tabel 2, yang meliputi nilai rerata, standar deviasi dan korelasi antar variabel. Nilai rerata tertinggi jawaban responden ditunjukkan oleh variabel modal struktural dengan skor sebesar 5,75. Sementara variabel kinerja atau keefektifan organisasional memiliki skor rerata sebesar 5,72. Selanjutnya, tabel 2 menunjukkan bahwa berbagai variabel penelitian memiliki standar deviasi yang

diambil simpulan tidak terjadinya masalah multikolinearitas yang berat.

Berdasarkan hubungan antara variabel dependen dan independen, ada 4 hipotesis yang harus diuji. Model 1 pada tabel 3 menunjukkan ringkasan pengujian *goodness of fit* model penelitian serta hasil pengujian untuk hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 3 atau menguji efek langsung tiap komponen modal intelektual pada kinerja organisasional. Koefisien determinasi (R^2) untuk model 1 ini adalah sebesar 0,444. Hal ini berarti 44,4% varian kinerja organisasional mampu dijelaskan oleh kumpulan modal intelektual (variabel independen) yang ada dalam model. Sementara sisanya, sebesar 55,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Untuk pengujian hipotesis, hipotesis

Tabel 2. Deskripsi Statistik

No	Variabel	Rerata	Std. Deviasi	Korelasi			
				1	2	3	4
1	Modal Manusia	5,48	,41	1			
2	Modal Relasional	5,29	,43	,017	1		
3	Modal Struktural	5,75	,40	,182	,287*	1	
4	Kinerja Organisasional	5,72	,29	,401*	,413*	,480*	1

* Korelasi signifikan pada 0,01

kecil. Ini berarti sebaran data dari nilai reratanya cenderung kecil, atau dengan kata lain jawaban responden cenderung mengelompok pada nilai rerata (Sekaran, 2003). Terakhir, hasil pengujian korelasi antar variabel independen menunjukkan tidak terjadinya masalah multikolinearitas yang berat antar variabel independen. Hal ini terlihat dari tidak adanya nilai korelasi antar variabel independen yang lebih dari 0,85 (Gujarati, 1995), sehingga dapat

1 menyatakan bahwa modal manusia berpengaruh positif pada kinerja organisasional. Hasil analisis regresi pada tabel 3 menunjukkan bahwa modal manusia berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja organisasional fakultas dan sekolah tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi (β) sebesar 0,410 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 didukung**. Hasil analisis juga

menunjukkan bahwa modal struktural dan modal relasional juga berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja organisasional, dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,183 dan 0,319 dengan nilai signifikansi sebesar 0,038 dan 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian disimpulkan bahwa **hipotesis 2 dan 3 juga didukung**. Sementara hipotesis 4 yang menyatakan bahwa Interaksi antar komponen modal

terlihat bahwa ketiga dimensi modal intelektual merupakan prediktor utama kinerja organisasional institusi pendidikan tinggi. Namun demikian, dari ketiga dimensi tersebut modal manusia merupakan dimensi yang berperan lebih penting dibandingkan dari dua dimensi lainnya di dalam menjelaskan variansi kinerja organisasional. Hal ini menunjukkan bahwa fakultas dan sekolah tinggi sebagai

Tabel 3. Ringkasan Model Penelitian

Keterangan	Model 1	Model 2
Variabel Independen		
Modal Manusia	,410*	-1,549
Modal Struktural	,183*	1,589
Modal Relasional	,319*	-3,926
Pengaruh Interaksi		
Modal Manusia*Modal Struktural		-3,084
Modal Manusia*Modal Relasional		6,102*
Modal Struktural*Modal Relasional		,507
Model statistik		
R ²	,444	,483
Adj R ²	,426	,448
ΔR^2	,444	,039
F	24,522	13,854
*Signifikan pada tingkat $p < 0,05$		

intelektual berpengaruh pada kinerja organisasional, tidak seluruhnya terdukung. Hasil penelitian yang ditunjukkan model 2 pada tabel 3 menunjukkan hanya interaksi antara modal manusia dengan modal relasional yang berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 6,102 dengan signifikansi sebesar 0,018, sementara interaksi antara modal manusia dengan modal struktural dan modal struktural dengan modal relasional tidak terdukung.

Dari hasil pengujian hipotesis tersebut,

institusi pendidikan yang menghasilkan modal manusia (lulusan) yang berkualitas, telah mengimplementasikan praktik-praktik manajemen modal manusia stratejik yang mampu menghasilkan pegawai (staf pengajar, karyawan dan pengelola) yang terdidik dan terlatih sesuai dengan kebutuhan spesifik organisasi untuk bersaing.

Hasil penelitian ini memperkuat berbagai penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa manusia merupakan modal yang cukup bernilai, dan menjadi prediktor

penting bagi kinerja organisasional baik secara langsung maupun tidak langsung (Collis & Montgomery, 1998; O'Reilly & Pfeffer, 2000; Pfeffer, 1994; Huselid, 1995; Lado & Wilson, 1994; Hitt *et al.*, 2001; Hatch & Dyer, 2004; Pennings *et al.*, 1998). Manusia merupakan aktor utama yang memainkan peran dominan dalam organisasi jasa, khususnya institusi pendidikan tinggi. Sifat jasa yang *inseparability*, menjadikan modal manusia sering dipersepsi sebagai jasa itu sendiri (Shostack, 1977). Untuk mampu memuaskan kebutuhan konsumen, modal manusia dituntut untuk mampu mendiagnosa berbagai permasalahan, berfikir kreatif, dan memberikan solusi yang tepat, dan lain-lain, yang kesemua proses tersebut membutuhkan tingkat keterampilan, pengetahuan dan keahlian yang tinggi (Skaggs & Youndt, 2004).

Lebih lanjut, modal manusia menjadi prediktor penting bagi kinerja organisasional adalah karena berbagai dimensi yang melekat pada modal manusia seperti pengetahuan, keterampilan dan keahlian merupakan dimensi yang bersifat *tacit* (Lane & Lubatkin, 1998), yang tidak mudah untuk diartikulasi dan ditransfer (Teece, *et al.*, 1997), karena melekat pada rutinitas yang melibatkan interaksi individual dan organisasional yang bersifat kolaboratif (Liebeskind, 1996; Hitt *et al.*, 2001), yang akan menghasilkan sebuah kombinasi unik yang akan menciptakan hubungan yang kompleks (*socially complex*) dan akan mempersulit pesaing untuk menirunya (Barney, 1995). Oleh karena itu, kesesuaian (*appropriability*) antara modal manusia dengan berbagai elemen organisasi lainnya sebagai sebuah kolaborasi menjadi sangat penting (Grant,

1991), yang akhirnya menjadikan modal manusia unik, sulit untuk ditiru, dan sulit untuk dimobilisasi atau dipindahkan dari satu organisasi ke organisasi yang lain.

Namun satu hal yang perlu disadari, untuk membangun dan mendapatkan manfaat dari modal manusia, organisasi membutuhkan waktu yang cukup lama di samping harus memiliki komitmen yang tinggi untuk mengalokasikan berbagai modal yang mendukung pengembangannya secara konsisten. Hal ini sesuai hasil dengan penelitian Hitt *et al.* (2001) yang mengatakan bahwa hubungan antara modal manusia dengan kinerja organisasional mengikuti bentuk U (*U-shape*). Hubungan antara modal manusia dan kinerja organisasional pada awalnya negatif, namun berbalik menjadi positif seiring dengan semakin tinggi level modal manusia yang dimiliki organisasi (Hitt *et al.*, 2001). Hal ini menunjukkan bahwa pada awal investasi, modal manusia mungkin tidak menghasilkan manfaat yang cukup untuk menutupi berbagai biaya yang dikeluarkan organisasi. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan beban tugas yang diberikan, karyawan akan memperoleh pengalaman yang dengannya akan menghasilkan manfaat yang besar bagi organisasi.

Prediktor yang penting kedua modal struktural. Modal struktural merupakan berbagai proses dan prosedur yang diciptakan oleh dan tersimpan di dalam sistem teknologi organisasi, yang dengannya mempercepat mengalirnya pengetahuan di dalam organisasi (Youndt *et al.*, 2004). Lebih lanjut, modal struktural juga merupakan infrastruktur pendukung bagi modal manusia dan modal relasional.

Bila dibandingkan dengan modal manusia, modal struktural merupakan sumber daya yang sepenuhnya menjadi milik, dan akan tetap bersama dengan organisasi tanpa adanya batas waktu (Youndt *et al.*, 2004). Dengan kata lain, modal struktural merupakan pengetahuan, keahlian dan informasi yang tetap akan tinggal bersama dengan organisasi ketika para karyawan pulang kerumahnya pada malam hari. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Daft dan Weick (1984, p. 285) yang mengatakan bahwa “para karyawan akan datang dan pergi, tetapi organisasi harus menjaga pengetahuan sepanjang waktu”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa institusi pendidikan tinggi juga telah dilengkapi oleh modal struktural yang kuat, sehingga membantu institusi untuk mencapai kinerjanya dengan optimal. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Hsu dan Wang (2010) yang mengatakan jika organisasi memiliki modal struktural (prosedur dan sistem) yang lemah, maka organisasi tidak akan mampu mencapai kinerja secara optimal. Sebaliknya, jika organisasi memiliki modal struktural yang kuat, maka organisasi akan memiliki budaya yang akan mendorong para karyawan untuk mencoba dan belajar berbagai pengetahuan baru (Florin, Lubatkin dan Schulze, 2002 dalam Hsu dan Wang, 2010).

Terakhir, hasil penelitian ini menunjukkan modal relasional merupakan juga merupakan salah satu sumberdaya dan prediktor penting bagi kinerja organisasional institusi pendidikan tinggi. Seperti layaknya pada konteks organisasi bisnis, responden percaya bahwa kapabilitas relasional memberikan banyak manfaat bagi peningkatan kinerja organisasional

institusi pendidikan tinggi. Hal ini dikarenakan modal relasional ini organisasi dapat membangun dan mengelola dengan baik hubungan kerjasama, baik dengan jaringan kerja internal (*internal network*) yang diperuntukkan untuk mencapai sinergi antar berbagai elemen di dalam organisasi, maupun dengan jaringan kerja eksternal (*external network*) terutama dengan konsumen, pemasok, institusi pemerintah bahkan pesaing sekalipun untuk bisa memantau setiap perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal (Hall, 1992; Luo *et al.*, 2004). Di samping itu, modal relasional juga mampu menciptakan dan memberikan nilai tambah bagi organisasi melalui penciptaan hubungan dengan berbagai sumberdaya yang spesifik, memberikan akses untuk mendapatkan kapabilitas komplementer, meningkatkan akses terhadap pengetahuan dan informasi, proses pembelajaran bagi organisasi serta mampu menghadirkan mekanisme pengelolaan yang efektif yang bisa membatasi biaya transaksi antar organisasi yang terlibat di dalam sebuah kerjasama yang dijalankan oleh berbagai organisasi tersebut (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Kale *et al.*, 2000; Helfat *et al.*, 2007; Hamel, 1991; Doz, 1996; Hagedoorn & Schakenraad, 1994).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa modal manusia dengan modal relasional saling mendukung (*synergistic or enhancing interaction*). Hal ini sangat sesuai dengan kontek penelitian ini, di mana kinerja organisasional institusi pendidikan tinggi sangat ditentukan oleh modal manusia dan kemampuannya untuk membina relasi baik internal maupun eksternal kampus. Kapabilitas relasional baik internal maupun eksternal yang baik,

akan memudahkan pengetahuan yang dimiliki oleh satu unit ditransfer ke unit yang lain, sehingga akan meningkatkan kapabilitas inovasi karyawan, pembelajaran yang semakin baik serta efektifitas kerja antar tim akan semakin baik (Reed *et al.*, 2006). Di samping itu, modal manusia yang memiliki koneksi yang baik untuk membina hubungan baik internal maupun eksternal kampus, akan mempermudah organisasi mendapatkan berbagai informasi tentang berbagai *best practices* yang berkembang, kebutuhan konsumen, tindakan pesaing, serta dapat memfasilitasi proses difusi dan transfer pengetahuan yang merupakan modal utama bagi terwujudnya organisasi pembelajar (Reed *et al.*, 2006) yang merupakan ciri utama dari dunia pendidikan tinggi.

PENUTUP DAN SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari tiga elemen modal intelektual yang menjadi prediktor dalam penelitian ini, kesemua elemen tersebut berpengaruh positif pada kinerja organisasional institusi pendidikan tinggi, yaitu: modal manusia, modal relasional dan modal struktural.
2. Dari ketiga prediktor yang diteliti, modal manusia merupakan variabel yang berperan lebih penting dibandingkan dengan modal struktural dan modal relasional.
3. Interaksi antara modal manusia dengan modal relasional bersifat sinergistik.

Penelitian ini turut berkontribusi dalam hal mendukung teori, khususnya penerapan *Resource Based View* (RBV) dan *knowledge-based view* pada sektor publik,

khususnya institusi pendidikan tinggi yang masih sangat jarang diteliti. Hasil penelitian ini juga mendukung berbagai bukti empiris yang ada, yang menjelaskan hubungan dan pengaruh berbagai elemen modal intelektual pada kinerja organisasional.

Di samping itu, temuan penelitian ini juga memberikan beberapa implikasi manajerial bagi para pengambil keputusan pada institusi pendidikan tinggi, antara lain adalah

1. Modal manusia merupakan variabel yang berperan lebih penting dibandingkan dengan dua elemen modal intelektual lainnya di dalam menjelaskan variansi kinerja organisasional institusi pendidikan tinggi. Oleh karena itu, institusi pendidikan tinggi dituntut untuk terus mempertahankan serta mengembangkan berbagai modal manusia yang ada, baik melalui penjaminan mutu dan kualitas yang konsisten, pelatihan dan pengembangan staf yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik unik organisasi.
2. Sumberdaya manusia merupakan sumber potensial bagi keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Oleh karena itu, sebaiknya organisasi mencari dan menemukannya dari dalam (dalam konteks ini adalah alumni) untuk menciptakan sumberdaya yang bernilai dan sulit diimitasi sepanjang waktu. Dengan argumentasi ini, yang terpenting bagi organisasi dalam jangka panjang adalah membangun hubungan ketenagakerjaan yang unik, yaitu dengan mengembangkan sumberdaya manusianya yang unik karena memiliki *unique historical dependence* dan *social complexity*. Sebaliknya, jika organisasi hanya memfokuskan hubungan

- ketenagakerjaannya mengikuti perspektif yang berfokus pada tugas (*job-focused*) atau tidak mau berinvestasi untuk mengembangkan sumberdaya manusianya dari awal, dalam jangka panjang kinerja organisasionalnya tidak akan optimal, hal ini dikarenakan hubungan ketenagakerjaan antara organisasi dengan pegawainya hanya berfokus pada pertukaran secara ekonomi saja (*economic exchange*). Akibatnya, hubungan ketenagakerjaan yang seperti ini tidak berdampak pada peningkatan kinerja dan menjadi sumber keunggulan bersaing bagi organisasi.
3. Karenaberbagai elemen modal intelektual ini sebenarnya saling berinteraksi dan komplementer. Organisasi dituntut untuk mengkoordinasi serta menyeimbangkan perkembangan berbagai elemen ini, sehingga dapat memberikan hasil optimal bagi peningkatan kinerja organisasional.

Namun demikian, penelitian ini masih belum sempurna, karena ada beberapa keterbatasan, seperti: Penelitian ini menggunakan ukuran kinerja organisasional persepsian dengan *selfreport* dari pimpinan organisasi. Pengukuran kinerja organisasi seperti ini dapat menghasilkan penilaian kinerja yang lebih baik dari keadaan yang sesungguhnya. Di samping itu, cara ini juga berpotensi terjadi *common variance bias*. Namun, peneliti sudah berusaha untuk mengurangi potensi terjadinya *common variance bias* ini, antara lain dengan cara tidak menampilkan judul penelitian dan nama variabel pada kuesioner penelitian, memberikan instruksi yang jelas, mengacak urutan *scale items*, memperhatikan rincian *items wording*, membuat respon terhadap

semua items membutuhkan upaya yang sama, serta menggunakan *reverse code* atau *negative wording*.

Daftar Pustaka

- Barney, J. B. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17: 99-120.
- Barney, J. B. 1995. Looking inside for competitive advantage. *Academy of Management Executive*, 9: 49-61
- Barney, J. B. 2001. Is the resource-based 'view' a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review* 26: 41-56.
- Bontis N. 1998. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision* 36(2): 63-76.
- Bontis N. 2002. Managing organisational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. In *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organisational Knowledge*, Choo CW, Bontis N (eds). Oxford University Press: Oxford; 621-642.
- Bontis N, Keow WCC, Richardson S. 2000. Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital* 1(1): 85-100.
- Cameron, K. 1978. Measuring organizational effectiveness in institutions of higher education. *Administrative Science Quarterly*, 23: 604-632

- Carmeli, A., & Tishler, A. 2004. The relationships between intangible organizational elements and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 25: 1257-1278
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L.S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavior science* (3rd edition). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. 2006. *Business research methods*, 9th ed. New York: McGraw-Hill.
- Daft, R. L. & Weick, K. E. 1984. Toward a model of organizations as interpretation systems. *Academy of Management Review*, 9:284-95.
- Doz, Y. 1996. The evolution of cooperation in strategic alliances: Initial conditions or learning processes? *Strategic Management Journal*, 17: 55-83.
- Dyer JH, Nobeoka K. 2000. Creating and managing a high performance knowledge-sharing network: the Toyota case. *Strategic Management Journal* 21(3): 345-367.
- Edvinsson L, Malone M. S. 1997. *Intellectual Capital—the Proven Way to Establish Your Company's Real Value by Measuring Its Hidden Brainpower*. HarperBusiness: New York.
- Edvinsson, L. & Sullivan, P. 1996. Developing a model for managing intellectual capital, *European Management Journal*, 14:356-364.
- Ghazali, I. 2006. *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS* (cetakan IV). Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Grant, R.M. 1991. The resource based theory of competitive advantage: implication for strategy formulation. *California Management Review*, 33: 14-35
- Grant, R. M. 1996. Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17: 109-122.
- Gujarati, D. 1995. *Basic Econometrics, Third Edition*. Mc Graw-Hill International Editions
- Hall, R. 1992. The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 13: 35-144.
- Hagedoorn, J., & Schakenraad, J. 1994. The effect of strategic technology alliances on company performance. *Strategic Management Journal*, 15: 291-309.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. 2006. *Multivariate data analysis*. 6thed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson education.
- Hamel, G. 1991. Competition for Competence and Interpartner Learning. *Strategic Management Journal* 12, 83-103.
- Hatch, N. W. & Dyer, J. H. 2004. Human capital and learning as a source of sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 25: 1155-117

- Helfat, C., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D. and Winter, S., 2007. *Dynamic Capabilities: Understanding Strategic Change in Organisations*, Blackwell Publishing, Malden.
- Hinkle, D.E., Wiersma, W., & Jurs, S.G. (2003). *Applied statistics for the behavioral science*, (5th edition), Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Hitt, M. A., Bierman, L., Shimizu, K., & Kochhar, R. 2001. Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: a resource-based perspective. *Academy of Management Journal*, 44 (1): 13-2
- Hsu, L. C. & Wang, C.H. 2010. Clarifying the Effect of Intellectual Capital on Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability. *British Journal of Management*. Wiley Online Publish on November 2010.
- Huselid, M. A. 1995. The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of Management Journal*, 38: 635-672.
- Kale, P., Singh, H. & Perlmutter, H. 2000. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21: 217-237.
- Kong, E., & Thomson, S.B. 2006. Intellectual capital and strategic human resource management in social service non-profit organisations in Australia. *International Journal of Human Resources Development and Management* 6(2/3/4): 213–231.
- Lado, A. A., & Wilson M. C. 1994. Human resource systems and sustained competitive advantage: a competency based perspective. *Academy of Management Review*, 19: 699-727.
- Lane, P. J. & Lubatkin, M. 1998. Relative absorptive capacity and interorganizational learning. *Strategic Management Journal*, 19: 461–477.
- Lepak, D. P. & Snell, S. A. 1999. The human resource architecture: Toward a theory of human capital allocation and development. *Academy of Management Review*, 24: 31-48.
- Liebeskind, J. P. 1996. Knowledge, strategy and the theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17: 93-107.
- Luo, X., Griffith, D. A., Liu, S. S., & Shi, Y.Z. 2004. The Effects of Customer Relationships and Social Capital on Firm Performance: A Chinese Business Illustration. *Journal of International Marketing*, 12: 25–45
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. 1998. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23: 242-266.
- Nonaka, I. 1994. *A dynamic theory of knowledge creation*. *Organisation Science* 5(1): 14–37.

- Pennings, J. M., Lee, K., & Van Witteloostuijn, A. 1998. Human capital, social capital, and firm dissolution. *Academy of Management Journal*, 41: 425-440.
- Reed, K. K., Lubatkin, M. & Srinivasan, N. 2006. Proposing and testing an intellectual capital-based view of the firm, *Journal of Management Studies*, 43:867–893.
- Sanchez, M.P. & Elena, S. 2006. Intellectual capital in universities: improving transparency and internal management. *Journal of Intellectual Capital*, 7: 529-548
- Sekaran, U. 2003. *Research methods for business*. New York: John Wiley & Son. Inc.
- Shostack, G. L. 1977. Breaking free from product marketing. *Journal of Marketing*, 41:73 – 80.
- Skaggs, B. C. & Youndt, M. 2004. Strategic positioning, human capital, and performance in service organizations: a customer interaction approach. *Strategic Management Journal*, 25: 85-99
- Stewart, T. 1997. *Intellectual capital: the new wealth of organizations*. New York, NY: Doubleday.
- Teece, D. J. 1998. Capturing value from knowledge assets: the new economy, markets for know-how, and intangibles assets, *California Management Review*, 40:55–79.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18: 509-533.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. 1998. Social capital and value creation: the role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41: 464–78.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. 1986. Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches, *The Academy of Management Review*. 11: 801-814
- Walsh, J. P. & Ungson, G. R. 1991. Organizational memory. *Academy of Management Review*, 16: 57–91.
- Youndt, M. A., Snell, S. A., Dean, J. W., Jr., & Lepak, D. P. 1996. Human resource management, manufacturing strategy, and firm performance. *Academy of Management Journal*, 39: 836-866.
- Youndt, M. A., Subramaniam, M. & Snell, S. A. 2004. Intellectual capital profiles: an examination of investments and returns, *Journal of Management Studies*, 41: 335–361.

The Influence Of Fundamental Factors To Liquidity Risk On Banking Industry:

Comparative Study between Islamic Bank and Conventional Bank In Indonesia

Harjum Muharam

Hasna Penta Kurnia

Faculty of Economics and Business, Diponegoro University

hardjum@gmail.com

Abstract

Bank and risk are two things that cannot be separated from each other. Both conventional and Islamic banks are more or less similar in risk summary. One of the critical risk is liquidity risk that caused by bank disabilities on meeting their maturity dates of depositors. Therefore it needs further observations to control their liquidity risk. This study investigates the influence of CAR, profitability ratios, NIM, liquidity gaps, and RLA belongs to liquidity risk on banking industry. The population of this study consists of conventional and Islamic banks. The selection of samples uses purposive sampling method. The samples are divided into 3 conventional banks and 3 Islamic banks. The study is based on secondary data in a period of five years, i.e. 2007-2011. The statistical analysis of secondary data has been divided into three, which are descriptive, regression and hypothesis testing. The study finds negative and significant influence of CAR and ROE to liquidity risk on conventional banks, while ROA and RLA have positive and insignificant effect. In Islamic banks, the research finds positive and significant impact of NIM and ROE to dependent variable, whereas liquidity gaps and RLA have insignificant affect. Liquidity gaps have positive and significant effect to liquidity risk in conventional banks, while ROA has positive direction in Islamic banks. In addition, NIM in first model and CAR in second model is found to be negative and insignificant at 5% significance level.

Keywords: *conventional banks, Islamic banks, liquidity risk, fundamental factors*

INTRODUCTION

In daily business transactions, bank has some risk as consequences caused by their activities. There will be no bank if there is no braveness to take risk. There are several risks that must be considered by banks, for example: market risk, operational risk, legal risk, compliance risk, credit risk, and liquidity risk. One of crucial risk is liquidity risk that comes from the mismatch timing between cash inflow and cash outflow. This lack outcome from cash that hopefully

to be invested in credit loans or outcome from deficit cash that needed to meet their short-term obligations. Conventional banks adopt interest system which it can be used to fulfill the cash needed, on the other hand this system is forbidden in Islamic banks so they can not spend the profit of loans to cover their maturity dates.

Banks are considered in liquid circumstances when they go through some requirements; bank has some liquid instruments and these

are equal with the amount of liquidity needs. Bank has the ability to obtain liquidity by creating or converting cash, and bank has less liquidity than needed. When bank meets the standard, this regulated entities has less troubled condition. It can be assumed the liquidity risk can be pushed.

Nowadays, many countries adopt two systems banking which are conventional and Islamic or sharia banking system. Similar in Indonesia, many banks already have these kind of systems. The first established Islamic bank is Muammalat Indonesia Bank that has started their operation in 1992 and it was followed by other banks. Today, sharia bank is an alternative for customers especially moeslems who disagree with interest system that forbbiden in Islam.

This study aims to analyze the influence of CAR, ROA, ROE, NIM, liquidity gaps, and RLA to liquidity risk between conventional and Islamic banks in Indonesia.

THEORITICAL FRAMEWORK AND HYPOTHESIS FORMULA

The concept of liquidity lies at the heart of commercial banking and the management of its funds. It represents one of the crucial risk in banking industry. Liquidity risk is the possibility of loss, generating the cash needed to meet short term maturity dates included. The banking industry requires liquidity be given important consideration in funds management. The proxie that can be used to measure this risk by ratio between cash and total assets. According to Haslem, there are various strategies for bank to obtain liquidity : (a) holding adequate cash assets, (b) converting assets to cash, (c) borrowing. The ratio between

cash and total assets describes how far the assets on banks can be converted to be cash to cover their liquidity risk. Some determinants factors that may influence liquidity risk are Capital Adequacy Ratio (CAR), Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Net Interest Margin (NIM), liquidity gaps, Risky Liquid Assets to Total Assets (RLA).

CAR is the ratio which is used to measure capital adequacy to support the bank owned assets that contain or produce risk, such as loan. ROA measures the ability of bank management in acquiring and managing the profitability of the bank's overall business effeciency. ROE measures the ability of the company in making a profit available to shareholders. NIM is the ratio of interest income that is received from loans made to average earning assets. Liquidity gaps are the disparities between assets and liabilities that cause liquidity risk. RLA is the ratio that is used to measure how big the risky liquid assets of banks which can be converted to cash by selling them in low price

The Influence of CAR to liquidity risk

CAR is the ratio that shows how far the risky bank assets (loans, investments, securities) financed of the bank's own capital funds. Greater CAR means banks have big capital which it means the capital can be used to cover their maturity dates and bank will have less trouble or risky situation. The previous research conducted by Akhtar and Anjum Iqbal shows that CAR has positive influence to liquidity risk. In contrary, greater CAR means banks have big capital which it means the capital can be used to cover their maturity dates and bank will

have less trouble or risky condition. Based on this argument, the hypothesis formulated as follows :

H1 : CAR has negative influence to liquidity risk

The Influence of ROA to liquidity risk

ROA is the ratio to measure the ability of bank management in acquiring and amanging the profitability of the bank's overall busines effeciency. Greater ROA means banks have good revenue that it can be used to cover their short term obligation. It means banks will have less trouble or risky situation. The previous research conducted by Shen and Al-Khoury shows this ratio has negative and significant impact to liquidity risk. Based on this argument, the hypothesis formulated as follows:

H2 : ROA has negative influence to liquidity risk

The Influence of ROE to liquidity risk

ROE decribes the ability of the company in making a profit to shareholders. According to Shen et al., banks that have higher liquidity risk or larger gap lack on cheap fund, and thus they should use liquid assets from external funding to meet the demand of fund. This external source of fund sometimes requires higher cost and it will decrease profitability (ROE). In contrary, when banks have higher ROE means they have big earnings that can be used to back up their short term obligations and banks will have less trouble or risky condition. The research by Shen et al. shows ROE has negative impact to liquidity risk. Based on this argument, the hypothesis formulated as follows :

H3 : ROE has negative influence to liquidity risk

The Influence of NIM to liquidity risk

NIM is the ratio of interest income that is received from loans made to average earning assets. Greater of this ratio means banks have higher interest net income that can be used to meet their maturity dates. It makes banks will have less possibilities in trouble. The previous research by Sharma and Gounder found that NIM had negative impact to liquidity risk. Based on this argument, the hypothesis formulated as follows :

H4 : NIM has negative influence to liquidity risk

The Influence of liquidity gaps to liquidity risk

Liquidity gaps are the disparities between assets and liabilities that cause liquidity risk. Greater of liquidity gaps means banks have higher liquidity risk and the vice versa, as lower as this ratio gives a sign to banks having a lower risks. Based on this argument, the hypothesis formulated as follows :

H5 : Liquidity gaps have positive influence to liquidity risk

The Influence of RLA to liquidity risk

RLA is the ratio that is used to measure how big the risky liquid assets of banks which can be converted to cash by selling them in low price. Eventhough on the way converting this assets, banks will get difficulties that is called credit freeze. In their research, Shen et al. found that RLA has negative impact to liquidity risk. Based

on this argument, the hypothesis formulated as follows :

H6 : RLA has negative influence to liquidity risk

Comparison liquidity risk between Conventional Bank and Islamic Bank

The red line that makes some differences between conventional and Islamic banks is on their reward to customers. Conventional bank adopts interest system to give profit to their customers which is forbidden in Islamic bank. On the other hand, Islamic bank adopts profit sharing system to give profit to their customers. Interest system is more fluctuative and more risky than profit sharing system. It will give different influence on their liquidity risk. Based on this argument, the hypothesis formulated as follows :

H7 : There is difference that caused by liquidity risk between Conventional Bank and Islamic Bank

RESEARCH METHOD

Dependent variable in this study is liquidity risk that is measured by ratio between cash and total assets. Independent variables in this research are CAR, ROA, ROE, NIM, liquidity gaps, and RLA. CAR is the ratio between bank capital and total average assets by risk. ROA is the ratio between earning after tax to total assets. ROE is the ratio between earning after tax to total equity. NIM is the ratio between net interest income to earning assets. Liquidity gaps is the natural logarithma from assets minus liabilities. RLA is the ratio between risky liquid assets to total assets.

Population in this research are conventional and Islamic banks in Indonesia that are listed in Indonesia Banking Directory period 2007-2011 which are 43 conventional banks and 4 Islamic banks. The selection of samples uses purposive sampling method. The criterion of sampling based on:

1. Conventional banks and Islamic banks that display their financial statement period 2007-2011 and available in Indonesian Banking Directory.
2. Conventional banks and Islamic banks that display their financial statement and finance ratio completely which are suitable with the ratios on this research.
3. Conventional banks and Islamic banks that have no negative post in every finance ratio during period research.

Based on the purposive sampling, there are three conventional banks and three Islamic banks that are selected as samples, that can be seen in Table 1 in below :

Table 1
The Sample of Research

Conventional Bank	Islamic Bank
Permata Bank	Mandiri Sharia Bank
CIMB Niaga Bank	Mega Sharia Bank
Bukopin Bank	Muamalat Indonesia Bank

Source : Indonesia Banking Directory

The data used in this research are financial statements of conventional and Islamic banks period 2007-2011. Multiple regression method with ordinary least squared estimation is used for analyzing data. Based on estimation results, t-test is conducted in hypothesis testing. Chow test is used in comparing liquidity risk between Islamic bank and conventional bank by analyzing structural break on the liquidity

Table 2
The Result of Descriptive Analysis

Variable	Conventional Bank		Islamic Bank	
	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation
CAR	14,0013	1,86767	12,5848	1,86427
ROA	1,9535	0,45587	2,2483	1,09908
ROE	18,8857	3,53752	37,72	18,77933
NIM	5,4208	0,98297	8,3008	3,53042
LG	15,91	0,76638	15,8896	0,9231
RLA	2,7932	0,72261	3,3883	1,53958

Source: The secondary data is processed

risk behavior. Empirical model of this k = sum of parameter that
research as follows: estimated

n = sum of observation

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Definition :

Y	=	Liquidity risk
a	=	Constanta
$b_1 - b_6$	=	regression coefficient of independent variables
X_1	=	Capital Adequacy Ratio
X_2	=	Return On Assets
X_3	=	Return On Equity
X_4	=	Net Interest Margin
X_5	=	Liquidity Gaps
X_6	=	Risky Liquid Assets to Total Assets
e	=	error

The formula of Chow-test is :

$$F : \frac{(RSSr - RSSur)/k}{(RSSur)/(n1+n2-2k)}$$

Definition :

RSSr	=	Restricted residual sum of squares
RSSur	=	unRestricted residual sum of squares

RESULT AND DISCUSSION

Table 2 below shows the result of descriptive analysis that consist of number of samples (N), the sample average (mean), maximum value, minimum value and standard deviation for each variable. All that items descript sample characteristics that are used in this study.

Based on Table 2 is known that the sample average (mean) on Islamic banks is bigger than conventional banks in variable ROA, ROE, NIM, and liquidity gaps. Whereas CAR on conventional banks (14%) is bigger than Islamic banks (12,58%). It means conventional banks have more ability to control their adequacy capital than Islamic banks. Other variables Islamic banks are higher than conventional banks, those can be seen from ROA (2,25% to 1,9%), ROE (37,72% to 18,88%), NIM (8,3% to 5,42%), and RLA (3,38% to 2,79%). Both conventional and Islamic banks can control their capital that are needed and generating their earnings. Both capital and earning can be used to meet their short-term obligations

Table 4
The Result of Hypothesis Testing

Variable	Conventional Banks		Islamic Banks	
	Standardized Coefficients	Significance Value ($\alpha=5\%$)	Standardized Coefficients	Significance Value ($\alpha=5\%$)
CAR	-2,554	0,014	-0,356	0,723
ROA	0,527	0,600	-3,419	0,001
ROE	-2,886	0,006	2,634	0,011
NIM	-0,329	0,744	3,463	0,001
LG	2,008	0,050	0,454	0,652
RLA	0,490	0,626	0,474	0,638

Source: The secondary data is processed

and the banks will less possibility in troubled situation.

Based on assumption classic tests (normality test, heterocedasticity test, multicollinearity test, and autocorrelation test) resulted that data are normally distributed, because the significance value of Kolmogorov-Smirnov test is bigger than the significance level at 0,05 both in conventional banks (0,341) and Islamic banks (0,185). In addition, there are no heterocedasticity, multicollinearity, and autocorrelation in the regression model so this model is suitable to predict liquidity risk that is measured by cash to total assets which are influenced by CAR, profitability ratios, NIM, LG, and RLA.

Table 3

Multiple Liniear Regression Model	
Conventional Banks	
Liquidity risk (LR) = 0,867 – 0,70 CAR + 0,93 ROA – 0,055 ROE – 0,023 NIM + 0,179 LG + 0,039 RLA	
Islamic Banks	
Liquidity risk (LR) = 0,171 – 0,016 CAR – 0,434 ROA + 0,018 ROE + 0,103 NIM + 0,072 LG + 0,030 RLA	

Source: The secondary data is processed

Whereas, based on goodness of fit of hypothesis testing (coefficient determination, f-test, and t-test) shows the independent variables CAR, ROA, ROE, NIM, and LG, have a strong effect to liquidity risk. In contrary, RLA has a weak effect to the dependent variable.

The first hypothesis is accepted in conventional banks because these banks have negative and significant effect to dependent variable, whereas in Islamic banks is unaccepted because CAR has negative and insignificant effects to it. The significance value is 0,014 smaller than 0,05 in first model and in second model is 0,732 bigger than significance level. Conventional banks already have good ability to control their capital from the risky possibility or losing their business. It can also be assumed that they have funds to cover their risk of loss from the capital. This finding support previous study conducted by Shen and Al-Khouri that was discussed before. Whereas Islamic banks do not use the capital to cover their short-term obligations, but the profit.

The second hypothesis is accepted in Islamic banks because these banks

have negative and significant effects to dependent variable, whereas in conventional banks is unaccepted because ROA has positive and insignificant effects to it. Islamic banks have good ability in generating earnings from the assets, and it can be used to cover their short term maturity dates so banks have less trouble situation. Whereas in conventional banks, its variable has positive and insignificant effects to dependent variables. It is because these banks use their equity to cover their maturity dates. It makes the banks can use their assets to generate earnings. Previous studies conducted by Tafri and Akhtar showed the same result as same as this study. Economically we concluded that Islamic banks use profit in managing their liquidity risk and conventional banks use their capital.

The third hypothesis is accepted in conventional banks. ROE has negative and significant effects to dependent liquidity risk. On the other hand, in Islamic banks is unaccepted. Conventional banks have good ability in generating earnings from the equity and it can be used to cover their short term maturity dates so banks have less trouble situation. Whereas in Islamic banks, its variable has positive and significant effects to liquidity risk. It is because these banks use their assets to cover their maturity dates. It makes the banks can use their equity to generate earnings. This finding supported previous research conducted by Anjum Iqbal that found that ROE has positive and significant effects to liquidity risk.

The fourth hypothesis is unaccepted in both models. In conventional banks, NIM

has negative and insignificant effect to liquidity risk. Whereas in Islamic banks, NIM has positive and significant effects to dependent variable. Conventional banks have good ability in generating net interest income from loans, and it can be used to cover their short term maturity dates so banks have less trouble. Its finding is supported by the research of Sharma and Gounder that found that NIM has negative influence to liquidity risk. Whereas in Islamic banks, its variable has positive and significant effects to dependent variables. Its mean that the higher the NIM the higher liquidity risk. In Islamic bank as a consequence of profit sharing system, the more profit that company can rise from operation the more cash must be distributed to the fund owners.

The fifth hypothesis is accepted in conventional banks because LG has negative and significant effects to dependent variable, whereas in Islamic banks is unaccepted because this ratio has positive and insignificant effects to liquidity risk. In conventional banks, it shows that the gap between assets and liabilities is linear and it influences on liquidity risk. This bank can not control yet their risk by using assets therefore it is needed to manage the gap. Whereas Islamic banks can not either yet predicting the upcoming risk.

The sixth hypothesis is unaccepted in both models. It is because RLA has positive and insignificant effects to liquidity risk. Both banks use their risky liquid assets that can be converted to cash to fulfill their short-term obligations. Eventhough on colaterizing this assets they can meet some difficulties such as credit freeze.

Table 5
The Result of Chow-Test

	Conventional Banks	Islamic Banks	Both Banks
Residual Value	7,316	20,769	35,148
N	60	60	120
Chow Test (F calculated)		4,115	
F table (k=6 ; df=98)		2,46	

Source: The secondary data is processed

The seventh hypothesis can be accepted. It is because from the result of Chow-test which F calculated value is obtained at 4,115 while the value of F table is 2,46. It suggests that there is a structural break in liquidity risk between conventional and Islamic bank. This finding proof the statement that difference system between conventional and Islamic bank rise difference behavior of risk. Conventional bank adopts interest system to give profit to their customers. The bank has fixed cost of fund and it is not depend on profit that was earned. On the other hand, Islamic bank adopts profit sharing system to give profit to their customers. This condition make interest system is more risky than profit sharing system. So, conventional banks face higher liquidity risk than Islamic banks from their business daily transaction.

CONCLUSION

Nowadays, due to global economic system, both conventional and Islamic banks should be aware of the potential of liquidity risk. Its study examines liquidity risk through a comparative study between conventional and Islamic banks in Indonesia from the period 2007-2011. The above results show the fitness of both models 1 and 2 at F-statistic of 4,209 and 5,684 at 5% significance level. Its point out that both models are good fit. Based on the result of

hypothesis testing, independent variables that have negative and significant effects are CAR and ROE in conventional banks. Whereas in Islamic banks, ratio that has same effect is ROA. It means conventional banks have good ability to control their capital and generate earnings by their equity that can be used to meet their short term obligations. In contrary, Islamic banks have good ability to generate earnings by their assets. The result of Chow-test shows there is a difference influence of independent variables to liquidity risk between both models.

The strength of this study compared from previous study is the data used which are more longer and up-to date (2007-2011). The influence of CAR, ROA, ROE, NIM, LG, and RLA to liquidity risk make some differences between conventional and Islamic banks. The writer mention the function of its research to the bank management to well control their liquidity risk, by learning the pattern of the risk and economic circumstances. It is expected they will know the risk faced by them, and the possibility in trouble can be pushed. Banks expected to estimate accurately the short-term demand of liquidity especially for undpredictable demand one. ALCO on these bank should make strategies to submit the liquidity principles in cooperation.

The limitation of this study are the number of banks samples which are few number so there are still companies outside of the object research. Based on adjusted R² value, there are still other variables that can explain but they are not included in this study. The future studies might increase the number of companies samples as the research objects and should add variables that may effect the liquidity risk. As a matter of fact, further research should not be limited on banking industry only but should also be extended on others industries.

References

- Akhtar, M., Ali, K., & Sadaqat, S. (2011). Liquidity Risk Management: A comparative study between Conventional and Islamic Bank of Pakistan. Lahore: *Interdisciplinary Journal of Research in Business*.
- Al-Khouri, R. (2011). Assessing the Risk and Performance of the GCC Banking Sector. Qatar : *International Research Journal of Finance and Economics*.
- Anas, E., & Mounira, B.A. (2008). "Managing Risk and Liquidity in an Interest Free Banking Framework: The Case of the Islamic Banks". *International Journal of Business and Management*.
- Bessis, Joel. (2002). Risk Management in Banking. 2nd Edition.
- Dendawijaya. (2003), *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia
- Dendawijaya. (2005), *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Publisher of Diponegoro University, Semarang.
- Hanafi, Mamduh & Halim, Abdul. (2003). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: YKPN.
- Hasibuan, Malayu. (2005). *Dasar- Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Haslem, A., John. (1984). *Bank Funds Management*. Reston Publishing Company. Reston, Virginia 22090.
- Iqbal, Anjum. (2012). Liquidity Risk Management: A Comparative Study between Conventional and Islamic of Pakistan. USA : *Global Journal of Management and Business Research*.
- Mahrinasari. (2003). "Pengelolaan Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat di Kota Bandarlampung", Economics and Business Faculty, 3/8, Universitas Lampung, Lampung.
- Sharma, P. & Gounder, N. (2011). [Determinants of bank net interest margins in a Small Island Developing Economy: Panel Evidence from Fiji](#). Griffith University, Department of Accounting, Finance and Economics. [Discussion Papers in Finance:201112](#).
- Shen, C.-H., Kuo, C.-J., and Chen, H.-J. (2001), Determinants of Net Interest Margins in Taiwan Banking Industry. Taiwan : *Journal of Financial Studies*, Vol. 9, 47-83.
- Tafri, F., Hamid, Z., Meera, A., & Omar, M.

(2009). The Impact of Financial Risk on Banks: 1996-2005. *World Academy of Profitability of Malaysian Commercial Science, Engineering and Technology* 54 2009.

Model Bauran Terintegrasi Dalam Meningkatkan Peran Dan Fungsi Koperasi Rukun Tetangga

Di Kabupaten Wonogiri : Studi Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat

Hendar

Moh. Ali Shahab

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Abstrak

Masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang menentukan keberhasilan pemberdayaan (kinerja pemberdayaan). Beberapa faktor strategis yang sudah dilaksanakan seperti pemberdayaan kelembagaan koperasi, peningkatan akses terhadap sumber dana, pemberdayaan sumber daya, pemberdayaan bidang produksi, pengembangan jaringan pemasaran, dan pemberdayaan teknologi dan informasi diteliti secara intensif untuk mengetahui faktor mana saja yang dominan mempengaruhi kinerja pemberdayaan. Penelitian dilakukan terhadap 156 anggota koperasi dengan menggunakan analisis diskriminant. Hasil penelitian menunjukkan kinerja pemberdayaan sangat tergantung pada sikap anggota koperasi dalam merespon pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi, dan pengembangan jaringan pemasaran, sementara variabel-variabel yang lain seperti pemberdayaan bidang produksi, peningkatan akses terhadap sumber pendanaan dan pemberdayaan sumber daya koperasi bukanlah variabel yang mempengaruhi kinerja pemberdayaan.

Kata Kunci : Bauran terintegrasi, kinerja pemberdayaan

Abstract

The problem of this study are the factors that determine the success of empowerment (empowerment performance). Some strategic factors that have been implemented, such as empowering the cooperative institution, increasing access to sources of fund, empowering the cooperative resource, empowering the production, developing marketing network, and empowering the information and technology were intensively studied to determine which factors are the dominant influence on the performance of the empowerment. The research was conducted on 156 members of the cooperative samples were analyzed by using analytical diskriminant. The results showed that the performance of empowerment depends on the attitude of members of the cooperative in responding the institution empowerment, empowerment of information and technology, and the development of marketing network, while other variables such as empowering the production, increasing access to sources of fund, and empowering the cooperative resource are not effects by empowerment performance.

Keywords: Integrated mix, empowerment performance

PENDAHULUAN

Koperasi adalah organisasi yang mengelola diri sendiri dengan prinsip demokratis dan berusaha memenuhi kebutuhan anggotanya serta meningkatkan kesejahteraan social baginya (Mojtahed, 2007). Menurut Farazmand (2006), koperasi merupakan system organisasi kerjasama dan pengelolaan mandiri yang menonjolkan transparansi dan kepercayaan, berfungsi sebagai patner pemerintah dalam pembangunan social ekonomi dan pengembangankapasitasnasional. Koperasi diharapkan memiliki peran yang besar dalam memajukan ekonomi kerakyatan (Pasal 33 UUD 1945), meningkatkan kontribusi lembaga ini terhadap PDRB, penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan dan pemberdayaan usaha mikro dan usaha kecil. Sayangnya, harapan yang besar dari peran koperasi tersebut belum terbukti secara nyata. Hingga saat ini peran koperasi masih sangat rendah (kurang dari 5% terhadap PDRB) dan memiliki daya saing yang rendah pula, sehingga koperasi sulit bersaing dengan usaha-usaha lainnya.

Sejak dimulainya pola pembangunan ekonomi di Indonesia berbagai strategi dan kebijakan telah diterapkan dalam rangka menunjang perkembangan perkoperasian. Program pembangunan pemerintah yang tepat seperti pembangunan daerah pedesaan dan pertanian atau program untuk kepentingan kelompok-kelompok sasaran tertentu memang dapat dilaksanakan oleh koperasi secara otonom dan atas dasar sukarela (Hanel, 1983). Koperasi-koperasi dilibatkan dalam pelaksanaan berbagai proyek dan program untuk penyaluran kredit-kredit pertanian (KUT), pengadaan sarana produksi, pemasaran dan pengolahan

hasil pertanian, dan lain-lain, dengan tujuan mengentaskan kemiskinan. Program ini ternyata tidak sepenuhnya berhasil dengan baik. Pada sekitar tahun 70-an pelaksanaan pembangunan ekonomi melalui gerakan koperasi mendapat kritik terutama karena gerakan koperasi kenyataannya tidak mampu mengatasi masalah kemiskinan dan mengubah struktur kekuasaan sosial politik bagi golongan masyarakat miskin (Hanel, 1983).

Berdasar pada semangat UUD 1945 Pasal 33, pemberdayaan koperasi merupakan sebuah keniscayaan. Koperasi seharusnya memiliki ruang gerak dan kesempatan usaha yang luas menyangkut kepentingan kehidupan ekonomi rakyat. Sudah sepatutnya koperasi dijadikan motor pertumbuhan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama anggota-anggota koperasi. Di sinilah kepentingan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sejalan dengan tanggungjawab kelembagaan koperasi, artinya koperasi sebagai lembaga ekonomi rakyat perlu diberdayakan agar cita-cita bangsa Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dapat terwujud.

Pada tahun 2003 Pemerintah Kabupaten Wonogiri melakukan gerakan koperasi melalui pendekatan kewilayahan setingkat Rukun Tetangga (RT) yang berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro dalam lingkup rukun tetangga (RT). Gerakan ini bermaksud mendorong masyarakat khususnya di daerah pedesaan yang memiliki kesamaan kepentingan dan kebutuhan yang sama akan mudah terdorong membentuk usaha swadaya masyarakat. Program ini kemudian dinamakan "Program Mengangkat

Ekonomi Kerakyatan Melalui Koperasi Rukun Tetangga (RT) dalam Rangka Ketahanan Desa di Kabupaten Wonogiri”. PengelolaankoperasiRTdenganmanajemen baik diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi pengangguran dan kemiskinan, serta dapat menjadi pemangku kebijakan ekonomi tingkat desa.

Gerakan pendirian Koperasi RT merupakan upaya pemberdayaan masyarakat melalui memanfaatkan potensi kegiatan ekonomi pada komunitas di tingkat Rukun Tetangga (RT). Meskipun demikian, dalam implementasi kebijakan, program ini masih berdasarkan pada pendekatan *“top down”* yang menyimpang dari semangat koperasi yang bersifat *“bottom up”*. Padahal model pengembangan koperasi dengan cara *“top down”* telah dilakukan Indonesia pada masa awal pemerintahan orde baru, yakni melalui pengembangan Koperasi Unit Desa (KUD) telah dianggap gagal dalam menciptakan koperasi yang mandiri.

Dari ribuan KUD yang dibentuk saat awal pemerintahan orde baru, hanya sedikit yang masih bisa bertahan sampai sekarang. KUD yang dianggap telah mempunyai status mandiri sekarang ini banyak yang hanya besar unit usahanya (kadang-kadang SHU-nya juga besar), tapi cita-cita koperasi dalam mengangkat kesejahteraan anggota nampaknya masih jauh dari harapan. Menurut Hendar (2010), ketidakmampuan KUD dalam mencapai cita-citanya disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya, (1) proses pendirian KUD menyimpang dari hakekat koperasi yang sebenarnya, sehingga anggota tidak

merasa memiliki koperasi dan akibatnya mereka lemah dalam partisipasi, (2) partisipasi anggota yang rendah yang ditunjang oleh pengetahuan anggota tentang perkoperasian yang kurang, dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu dalam jajaran manajemen KUD untuk berperilaku oportunistik terhadap bantuan-bantuan program pemerintah, dan (3) pengetahuan pengurus dan pengelola yang rendah tentang perkoperasian memungkinkan KUD dikelola sebagai organisasi bisnis yang tidak berbeda dengan organisasi bisnis lain yang profit oriented.

Meskipun pola pengembangan koperasi (KUD) melalui pola *“top down”* telah dianggap gagal, namun beberapa Pemerintah Daerah masih percaya bahwa pola ini tidak selamanya akan menghasilkan kegagalan. Beberapa pemerintah daerah masih percaya bahwa pola *“top down”* dalam pengembangan koperasi rukun tetangga (RT) dapat menghasilkan koperasi mandiri yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tantangan pengembangan koperasi seperti ini cukup besar karena struktur kelembagaan koperasi RT yang dibangun oleh Pemerintah Daerah pada masyarakat melalui kelembagaan sosial Rukun Tetangga (RT), tidak secara otomatis dapat diikuti dengan perubahan nilai-nilai yang ada di masyarakat sesuai dengan nilai-nilai yang dikehendaki gerakan koperasi.

Pemberdayaan koperasi RT menuntut perhatian Pemerintah Daerah, terutama dalam intervensi pada kemudahan dan fasilitasi permodalan usaha, sistem pembinaan manajemen usaha, pelatihan dan peningkatan skill, ketersediaan bahan

baku dan penunjang lain guna kelangsungan produktivitas usaha, serta pembentukan jaringan distribusi dan pemasaran hasil usaha koperasi dan anggotanya.

Pada beberapa negara, termasuk diantaranya di Afrika Selatan, pemerintah ikut serta dalam mendorong pembangunan koperasi. Undang-Undang Koperasi No 14 tahun 2005 dibuat untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan koperasi di Afrika Selatan dan menggunakan UU ini sebagai kendaraan untuk mengembangkan usaha kecil. Selain itu, dianjurkan bahwa dukungan awal pemerintah harus tersedia untuk semua kelompok produsen yang secara resmi mendaftarkan bisnis mereka, terlepas dari model bisnis yang dipilih, dan bahwa pemberdayaan anggota harus menjadi persyaratan penting untuk pendaftaran dan pendanaan publik ([P Nganwa](#), [M Lyne](#) & [S Ferrer](#), 2010).

KAJIAN PUSTAKA

Koperasi merupakan organisasi social ekonomi yang didisain menurut konsep pemberdayaan, sehingga partisipasi aktif anggota dalam berbagai kegiatan koperasi merupakan wujud kontribusi mereka dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Partisipasi merupakan roh pemberdayaan masyarakat (Wignyo Adiyoso, 2009). Partisipasi dalam pemberdayaan masyarakat merupakan pengakuan terhadap eksistensi individu dan masyarakat sebagai pemegang kekuasaan atas pembangunan (Plummer, 2000). Salah satu program pemberdayaan yang dengan jelas mengadopsi partisipasi masyarakat adalah pembentukan koperasi Rukun Tetangga (RT).

Pemberdayaan merupakan bagian dari pengembangan masyarakat (Wignyo

Adiyoso, 2009). Pengembangan masyarakat adalah proses, tugas dan visi untuk memberdayakan masyarakat agar bersama-sama bertanggung jawab untuk mengembangkan dirinya (Kenny, 1999). Pengembangan masyarakat muncul karena meningkatnya tuntutan masyarakat karena adanya masalah-masalah yang terkait dengan ekologi, ekonomi, politik, sosial dan budaya akibat globalisasi (Taylor, 2003). Sedangkan menurut Suharto (2005) pengembangan masyarakat muncul atas respon terhadap kebijakan yang kental dengan ekonomineo-liberal, yakni kebijakan yang lebih mengutamakan pertumbuhan ekonomi dan sering mengabaikan dimensi sosial dan budaya masyarakat.

Pemberdayaan merupakan perolehan kekuatan dan akses terhadap sumberdaya untuk mencari nafkah (Pranarka, 1996; Lubis, dkk., 2005), upaya mendapatkan kekuatan (*power*) dan mengkaitkannya dengan kemampuan golongan miskin untuk mendapatkan akses ke basis kekuasaan sosial (Friedmann, 1992), upaya untuk memberikan *power* (daya/kuasa) kepada kelompok yang tidak berdaya/berkuasa sehingga mereka menjadi berdaya (Wignyo Adiyoso, 2009), dan proses untuk meningkatkan kapasitas individu dalam menentukan pilihan dan mewujudkan pilihan tersebut dalam tindakan nyata (Gibson & Woolcock, 2005).

Pemberdayaan dilakukan untuk mencapai tujuan meningkatkan kekuasaan kepada orang-orang yang lemah atau tidak beruntung (Ife, 1995). Dengan demikian, pemberdayaan berkaitan dengan peningkatan sumberdaya dan kemampuan

masyarakat miskin untuk berpartisipasi, memutuskan, mengontrol dan terlibat setiap proses yang mempengaruhi kehidupan masyarakat (Wigny Adiyoso, 2009).

Pemberdayaan menekankan bahwa setiap orang memperoleh ketrampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya. Dalam proses ini masyarakat didampingi dalam menganalisis masalah yang dihadapi, dibantu menemukan alternatif solusi atas masalah yang dihadapi, serta diperlihatkan strategi memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki dan dikuasainya. Oleh karena itu, keberhasilan pemberdayaan (termasuk anggota koperasi) paling tidak dapat diukur dari empat indikator, yaitu : (a) perubahan dalam kemampuan masyarakat dalam merencanakan dan mengelola program pembangunan, (b) meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam setiap proses pembangunan, (d) peningkatan kepedulian dan peran pemerintah daerah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, dan (d) hasil serta dampak ekonomi nyata sebagai hasil kegiatan ekonomi produktif masyarakat (Wigny Adiyoso, 2009).

Strategi pemberdayaan koperasi, yang diharapkan berdampak pada peningkatan pertumbuhan perekonomian nasional, pada intinya akan mencakup beberapa isu penting, yaitu (a) revitalisasi peran koperasi dan perkuatan posisi koperasi dalam Sistem perekonomian nasional, (b) revitalisasi koperasi dilakukan dengan memperbaiki akses koperasi terhadap permodalan, teknologi, informasi dan pasar serta memperbaiki iklim usaha, (c)

mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya pembangunan, dan (d) mengembangkan potensi sumberdaya lokal. Dalam rangka memberdayakan KUMKM, Kementerian Koperasi dan UKM melakukan beberapa kegiatan antara lain, (1) Program penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi koperasi dan UKM, (2) Program pengembangan sistem pendukung usaha KUKM, (3) Program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif KUKM, (4) Pemberdayaan usaha skala mikro, (5) Peningkatan kualitas kelembagaan koperasi.

Mengacu pada beberapa program yang dijelaskan di atas, strategi bauran (*mix strategy*) dalam meningkatkan kualitas koperasi pada dasarnya tidak bisa lepas dari 6 strategi yang menjadi kunci penentu keberhasilan peningkatan kualitas koperasi yakni meliputi, (1) pemberdayaan kelembagaan, (2) peningkatan akses koperasi terhadap sumber-sumber pendanaan, (3) pemberdayaan sumber daya koperasi, (4) pemberdayaan di bidang produksi, (5) pengembangan jaringan pemasaran, dan (6) pemberdayaan teknologi dan informasi,

Di beberapa negara, pengembangan koperasi juga membutuhkan intervensi dari luar. Di Cina, koperasi-koperasi mengkombinasikan beberapa sumber daya, termasuk kontribusi anggota, modal institusional, dukungan keuangan publik, dukungan pemasaran, dan dukungan pihak swasta pemilik sumber daya, yakni para relawan dan donatur. Pengamatan empiris memberikan bukti bahwa terdapat proses transformasi pengelolaan koperasi pedesaan di Cina dari tradisi saling tolong

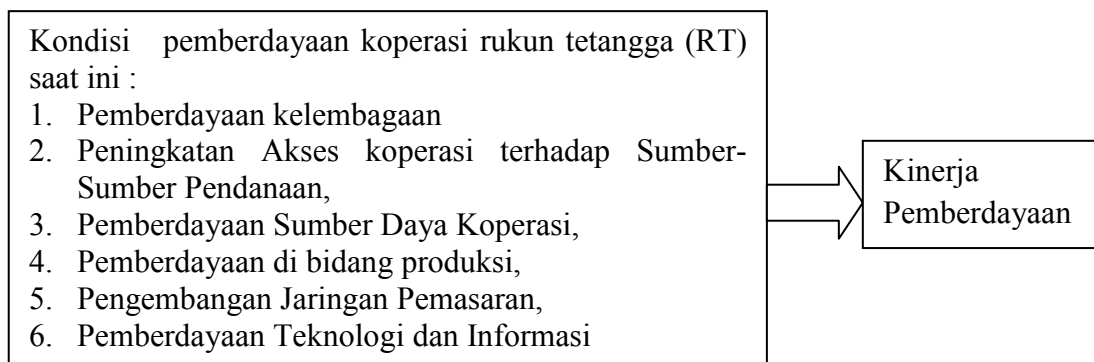
menolong dalam lingkup internal ke model baru dengan orientasi pasar eksternal yang memiliki karakter beragam (Zhao Li, Gijssels C, 2011).

Strategi pengembangan “Model Bauran Terintegrasi” (*Integrated Mix Model*) dalam upaya mendorong perkembangan koperasi skala rumah tangga di Kabupaten Wonogiri baik secara kuantitas maupun kualitas ditujukan untuk memberi kontribusi bagi perekonomian daerah di Wonogiri. Strategi tersebut dijalankan dengan membuat model kebijakan pengembangan koperasi yang menggabungkan secara terintegrasi “strategi eksternal” yang berasal dari perangkat kebijakan Pemerintah Daerah dan Instansi yang terkait, dan “strategi internal” koperasi yang dilakukan oleh koperasi secara mandiri. Strategi eksternal diperlukan untuk memberi dampak pada kualitas koperasi rumah tangga, sedangkan “strategi internal” koperasi diperlukan untuk mendorong kuantitas operasional dan kelangsungan usaha, sekaligus kemampuan untuk melibatkan secara aktif peran partisipasi masyarakat baik sebagai

kelembagaan koperasi dan akses sumber pembiayaan menjadi ranah kebijakan “pemerintah daerah dan instansi terkait”.

Sedangkan pemberdayaan sumber daya koperasi, pemberdayaan di bidang produksi, pengembangan jaringan pemasaran, dan pemberdayaan teknologi dan informasi adalah wilayah kerja dan operasional koperasi yang bisa dikembangkan dan ditingkatkan secara internal oleh koperasi itu sendiri. Meskipun demikian, keberhasilan dari strategi internal sangat dipengaruhi juga bimbingan dan bantuan pihak eksternal, pemerintah daerah dan instansi terkait, serta tidak kalah pentingnya adalah partisipasi aktif masyarakat dan dunia usaha, terutama yang skala rumah tangga (mikro) dan kecil secara terintegrasi.

Kemudian dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor penentu keberhasilan strategi peningkatan peran dan fungsi koperasi rukun tetangga (RT) dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya, disusun kepangka penelitian empirik sebagai berikut :



Gambar 1 : Model Kerangka Pemikiran

anggota maupun sebagai mitra kerja koperasi. Strategi eksternal yang berupa pengembangan dan penguatan aspek

METODA PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi rukun tetangga (RT) di Kab.

Wonogiri. Anggota koperasi RT dipilih sebagai obyek penelitian karena anggota koperasilah yang menjadi sasaran akhir pemberdayaan dan yang dapat menilai efektif tidaknya proses pemberdayaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Jumlah anggota sampel yang diambil sebanyak 156 orang. Jumlah sebanyak itu dianggap representatif mengingat anggota koperasi RT memiliki karakteristik yang relative homogen terkait dengan pengetahuan mengenai kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui koperasi RT. Upaya meningkatkan fungsi dan peran kop-

erasi (Pemberdayaan koperasi RT) dapat dilakukan melalui strategi bauran, (a) pemberdayaan kelembagaan, (b) peningkatan akses koperasi terhadap sumber-sumber pendanaan, (c) pemberdayaan sumber daya koperasi, (d) pemberdayaan di bidang produksi, (e) pengembangan jaringan pemasaran, dan (f) pemberdayaan teknologi dan informasi. Masing-masing indikator diukur dengan skala 1 sampai 10. Skor 1 menunjukkan skala sangat tidak setuju atas pertanyaan yang diajukan dan skor 10 menunjukkan skor yang sangat setuju.

Tabel 1 : Variabel-variabel pemberdayaan dan indikator yang digunakan

Variabel Pemberdayaan	Indikator-indikator pemberdayaan koperasi RT
Pemberdayaan kelembagaan	a. penyederhanaan perizinan dan pengembangan system perizinan bagi pendirian usaha mikro anggota b. praktek penerapan Peraturan Daerah (Perda) untuk mendukung pemberdayaan koperasi, c. praktek pengembangan kualitas koperasi d. revitalisasi koperasi.
Peningkatan akses koperasi terhadap sumber pendanaan	a. pengembangan berbagai Skim Perkreditan untuk Koperasi b. pengembangan Lembaga Kredit Mikro baik bank maupun non bank c. bantuan penguatan secara selektif sektor usaha tertentu sebagai stimulan
Pemberdayaan sumber daya koperasi	a. penumbuhan Wirausaha baru b. peningkatan kemampuan teknis dan manajerial Koperasi c. pengembangan kualitas layanan Koperasi, d. pendidikan dan pelatihan perkoperasian bagi kelompok usaha produktif, e. pengembangan prasarana dan sarana pendidikan dan pelatihan
Pemberdayaan di bidang produksi,	a. pelaksanaan program pengembangan pengadaan pangan koperasi b. pelaksanaan program pengembangan usaha melalui pengadaan bibit c. pelaksanaan program pengembangan usaha budidaya perikanan dan peternakan d. pelaksanaan program pengembangan usaha sarana penunjang perikanan dan peternakan e. pelaksanaan program pengembangan usaha budidaya tanaman pekarangan
Pengembangan jaringan pemasaran	a. praktek promosi proyek koperasi b. modernisasi usaha ritel koperasi c. pengembangan sarana pemasaran koperasi d. pengembangan <i>Trading Board</i> dan <i>Data Cente</i> e. pameran di dalam dan di Luar negeri.
Pemberdayaan teknologi dan informasi	a. penyediaan perangkat keras, b. penyediaan perangkat lunak, c. penyediaan sistem jaringan, d. optimalisasi fungsi dan sasaran penggunaan teknologi dan jaringan.
Kinerja pemberdayaan	a. perubahan kemampuan masyarakat dalam merencanakan dan mengelola program pemberdayaan, b. peningkatan keterlibatan masyarakat dalam setiap proses pemberdayaan, c. hasil serta dampak ekonomi nyata sebagai hasil kegiatan ekonomi produktif masyarakat.

Sumber : Kajian beberapa literatur, 2011

Uji validitas digunakan untuk memastikan instrumen yang diajukan benar-benar dapat mengukur variabel. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila probabilitas (p) pengujian korelasi antara skor instrumen dengan total skor atau skor untuk variabel yang bersangkutan masih berada di bawah tingkat signifikansi 5%. Uji reliabilitas data dalam penelitian ini diperlukan untuk mengetahui konsistensi dari jawaban responden. Pengukuran mengenai konsistensi jawaban responden dilakukan dengan menghitung statistik *Cronbach's Alpha*. Sebuah instrumen konstruk dinyatakan reliabel bila statistik *Cronbach's Alpha* berada lebih besar dari 0,60 (Imam Ghazali, 2005)

Alat analisis data menggunakan analisis diskriminan. Analisis diskriminan digunakan untuk menentukan mana prediktor yang paling dominan pada praktek penerapan strategi peningkatan fungsi dan peranan koperasi rukun tetangga (RT). Tujuan dari analisis diskriminan adalah untuk mengetahui perbedaan yang jelas antar grup pada variabel dependen dan jika ada perbedaan, variabel independen manakah pada fungsi diskriminan yang membuat perbedaan tersebut, serta melakukan klasifikasi terhadap obyek ke dalam kelompok (Singgih Santoso, 2001). Prinsip utama dari analisis ini tidak lain adalah membuat model yang dapat secara jelas menunjukkan perbedaan (diskriminasi) antar isi variabel dependen (Crownover 1991, Ackerman, et.al, 2008; Ronald Levant, et.al, 2007).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sebelum mendeskripsikan variabel-variabel penelitian dilakukan terlebih dahulu

uji validitas dan reliabilitas instrumen-instrumen yang digunakan. Beberapa instrumen variabel telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan untuk mengukur semua variabel yang digunakan baik variabel independen maupun variabel dependen adalah karena menghasilkan p value (nilai sig) yang lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian semua instrumen yang digunakan benar-benar dapat digunakan untuk mengukur kualitas variabel masing-masing, yakni pemberdayaan kelembagaan, peningkatan akses koperasi terhadap sumber-sumber pendanaan, pemberdayaan sumber daya koperasi, pemberdayaan bidang produksi, peningkatan jaringan pemasaran, pemberdayaan informasi dan teknologi, dan kinerja pemberdayaan.

Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa statistik *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel berada di atas 0,06, yakni 0,781 untuk pemberdayaan kelembagaan, 0,797 untuk peningkatan akses koperasi terhadap sumber-sumber pendanaan, 0,783 untuk pemberdayaan sumber daya koperasi, 0,782 untuk pemberdayaan bidang produksi, 0,804 peningkatan jaringan pemasaran, 0,809 untuk pemberdayaan informasi dan teknologi, dan 0,765 untuk kinerja pemberdayaan. Hal ini menunjukkan bahwa semua responden memberikan jawaban yang konsisten atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Analisis diskriminan terhadap faktor-faktor penentu efektivitas pemberdayaan koperasi (kinerja pemberdayaan) dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan kategori efektivitas pemberdayaan kedalam

pemberdayaan yang efektif (kode 1) dan pemberdayaan yang kurang efektif (kode 0). Pada penelitian ini kinerja pemberdayaan (variabel dependent) diukur melalui 17 indikator yang telah dinyatakan valid dan reliabel dalam uji validitas dan reliabilitas. Skor dari masing-masing indikator dijumlahkan sehingga menghasilkan nilai kinerja pemberdayaan koperasi. Nilai kinerja pemberdayaan tersebut dihitung rata-ratanya dan berdasarkan nilai rata-rata tersebut kategori efektivitas pemberdayaan dapat dibuat. Kategori pemberdayaan yang kurang efektif (kode 0) adalah skor kinerja pemberdayaan yang berada di bawah nilai rata-rata, sedangkan kategori pemberdayaan yang efektif (kode 1) adalah yang berada di atas nilai rata-rata.

Variabel independent atau variabel yang hendak diduga sebagai penentu efektivitas pemberdayaan (kinerja pemberdayaan) terdiri dari 6 (enam) variabel. Keenam variabel tersebut adalah pemberdayaan kelembagaan, peningkatan akses koperasi terhadap sumber pendanaan, pemberdayaan sumber daya koperasi, pemberdayaan bidang produksi, pengembangan jaringan pemasaran, dan pemberdayaan teknologi dan informasi. Masing-masing variabel independent diukur dengan indikator-indikator yang sudah dinyatakan valid dan reliabel dalam uji validitas dan reliabilitas. Cara menghitung nilai variabel independent dilakukan dengan menjumlahkan skor indikator dari variabel yang dimaksud. Nilai total inilah yang dipakai dalam perhitungan analisis diskriminan.

Setiap kegiatan pemberdayaan masyarakat akan mendapatkan tanggapan beragam dari anggota masyarakat yang diberdayakan.

Pemberdayaan akan dirasakan efektif bila melalui pemberdayaan itu terjadi perubahan perilaku positif dari sebagian besar masyarakat yang diberdayakan. Sebaliknya, pemberdayaan akan dirasakan kurang efektif bila melalui pemberdayaan itu tidak terjadi perubahan positif dari sebagian besar anggota masyarakat yang diberdayakan atau walaupun terdapat perubahan perilaku, perubahan itu sangatlah kecil.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor pemberdayaan kelembagaan koperasi untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan kurang efektif (77,23) lebih rendah dari rata-rata skor untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap kinerja pemberdayaan efektif (90,04). Dalam pengertian lain, kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan koperasi efektif, pemberdayaan kelembagaan koperasi dianggap sebagai faktor yang memiliki peran lebih besar dalam menentukan kinerja pemberdayaan dibanding dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi kurang efektif.

Rata-rata skor peningkatan akses koperasi terhadap sumber pendanaan untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan kurang efektif (44,17) lebih rendah dari rata-rata skor untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap kinerja pemberdayaan efektif (51,03). Hal ini menunjukkan kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan koperasi efektif, peningkatan akses koperasi terhadap sumber pendanaan dianggap sebagai faktor yang memiliki peran lebih besar dalam menentukan kinerja

pemberdayaan (efektivitas pemberdayaan) dibanding dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi kurang efektif.

Rata-rata skor pemberdayaan sumber daya koperasi untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan kurang efektif (41,02) lebih rendah dari rata-rata skor untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap kinerja pemberdayaan efektif (48,93). Dalam pengertian lain, kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan koperasi efektif, pemberdayaan sumber daya koperasi dianggap sebagai faktor yang memiliki peran lebih besar dalam menentukan kinerja pemberdayaan (efektivitas pemberdayaan)

yang menganggap pemberdayaan kurang efektif (47,89) lebih rendah dari rata-rata skor untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap kinerja pemberdayaan efektif (54,91). Dalam pengertian lain, kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan koperasi efektif, pemberdayaan bidang produksi dianggap sebagai faktor yang memiliki peran lebih besar dalam menentukan kinerja pemberdayaan (efektivitas pemberdayaan) dibanding dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi kurang efektif.

Rata-rata skor pengembangan jaringan pemasaran untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan

Tabel 2 : Hasil perhitungan perbedaan rata-rata antar group pemberdayaan kurang efektif dan pemberdayaan efektif

Kinerja Pemberdayaan		Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
Kurang efektif	Kelembagaan	77.23	11.957	Unweighted	Weighted
	Sumber Pendanaan	44.17	9.034	87	87.000
	Sumber Daya	41.02	7.981	87	87.000
	Bidang Produksi	47.89	10.377	87	87.000
	Jaringan Pemasaran	40.83	15.481	87	87.000
	Teknologi & Informasi	30.15	14.593	87	87.000
Efektif	Kelembagaan	90.04	8.366	69	69.000
	Sumber Pendanaan	51.03	5.171	69	69.000
	Sumber Daya	48.93	6.098	69	69.000
	Bidang Produksi	54.91	7.918	69	69.000
	Jaringan Pemasaran	48.75	11.944	69	69.000
	Teknologi & Informasi	45.90	15.464	69	69.000
Total	Kelembagaan	82.90	12.280	156	156.000
	Sumber Pendanaan	47.21	8.287	156	156.000
	Sumber Daya	44.52	8.196	156	156.000
	Bidang Produksi	50.99	9.976	156	156.000
	Jaringan Pemasaran	44.33	14.531	156	156.000
	Teknologi & Informasi	37.12	16.871	156	156.000

Sumber : Data primer yang diolah, hasil print out komputer, 2012.

dibanding dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi kurang efektif.

Rata-rata skor pemberdayaan bidang produksi untuk kelompok anggota koperasi

kurang efektif (40,83) lebih rendah dari rata-rata skor untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap kinerja pemberdayaan efektif (48,75). Hal ini menunjukkan bahwa kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan koperasi

efektif, pengembangan jaringan pemasaran dianggap sebagai faktor yang memiliki peran lebih besar dalam menentukan kinerja pemberdayaan (efektivitas pemberdayaan) dibanding dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi kurang efektif.

Rata-rata skor pemberdayaan teknologi dan informasi untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan kurang efektif (30,15) lebih rendah dari rata-rata skor untuk kelompok anggota koperasi yang menganggap kinerja pemberdayaan efektif (45,90). Dalam pengertian lain, kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan koperasi efektif, pemberdayaan teknologi dan informasi dianggap sebagai faktor yang memiliki peran lebih besar dalam menentukan kinerja pemberdayaan (efektivitas pemberdayaan) dibanding dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi kurang efektif.

Untuk menguji apakah benar-benar terjadi perbedaan yang nyata antar kelompok variabel independen yang diteliti digunakan *test of equality group means* dengan menggunakan uji F. Bila melihat dari hasil print out komputer (Tabel 3), maka nilai sig untuk semua variabel independen berada di bawah 0,05, artinya memang terdapat perbedaan secara nyata antar kelompok diantara ke-enam variabel independen tersebut. Kelompok anggota koperasi yang menganggap pemberdayaan efektif memang benar-benar dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap pemberdayaan kelembagaan, peningkatan akses koperasi terhadap sumber pendanaan, pemberdayaan sumber daya koperasi, pemberdayaan

bidang produksi, pengembangan jaringan pemasaran, dan pemberdayaan teknologi dan informasi. Ada keyakinan bahwa apabila kelembagaan koperasi diperbaiki, akses koperasi terhadap sumber pendanaan dipermudah, sumber daya koperasi dikembangkan, bidang produksi dikembangkan, jaringan pemasaran diperluas, dan pengetahuan teknologi dan informasi ditingkatkan, kinerja pemberdayaan akan lebih meningkat.

Tabel 3 : Hasil uji beda antar group masing-masing variable

Tests of Equality of Group Means				
	Wilks' Lambda	F	df1	df2
Kelembagaan	.730	57.052	1	154
Sumber Pendanaan	.830	31.529	1	154
Sumber Daya	.769	46.246	1	154
Bidang Produksi	.877	21.643	1	154
Jaringan Pemasaran	.926	12.282	1	154
Teknologi & Informasi	.784	42.512	1	154

Sumber : Data primer yang diolah, hasil print out komputer, 2012.

Berdasarkan tabel *variables entered / removed* diketahui bahwa hanya 3 (tiga) variabel yang dapat dimasukkan pada persamaan diskriminan. Ketiga variabel tersebut adalah pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi dan pengembangan jaringan pemasaran. Dengan demikian, efektif tidaknya suatu pemberdayaan koperasi dipengaruhi oleh sikap anggota koperasi RT dalam merespon pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi, dan pengembangan jaringan pemasaran. Sementara itu, variabel-variabel yang lain seperti pemberdayaan

bidang produksi, peningkatan akses terhadap sumber pendanaan dan pemberdayaan sumber daya koperasi bukanlah variabel yang mempengaruhi kinerja pemberdayaan.

Temuan ini diperkuat dengan hasil perhitungan *Eigenvalue* yang menunjukkan canonical correlation sebesar 0,621 atau koefisien determinasi sebesar 0,3856 (38,56%). Angka tersebut menunjukkan 38,56 persen dari variabel kinerja pemberdayaan dapat dijelaskan oleh model diskriminan yang terbentuk, yakni hanya

menganggap pemberdayaan koperasi efektif memang berbeda dengan perilaku kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan kurang efektif.

Dari 6 variabel independen yang dianggap sebagai penentu kinerja pemberdayaan koperasi, hanya 3 variabel yang menentukan kinerja pemberdayaan koperasi. Ketiga variabel tersebut adalah pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi dan pengembangan jaringan pemasaran. 3 variabel lain yakni pemberdayaan bidang produksi,

Tabel 4 : Variabel masuk dalam persamaan diskriminan

Step	Entered	Min. D Squared					
		Statistic	Between Groups	Exact F			
				Statistic	df1	df2	Sig.
1	Kelembagaan	1.483	Tidak efektif and Efektif	57.052	1	154.000	3.511E-12
2	Teknologi & Informasi	2.092	Tidak efektif and Efektif	39.995	2	153.000	1.066E-14
3	Jaringan Pemasaran	2.509	Tidak efektif and Efektif	31.769	3	152.000	5.325E-16

Sumber : Data primer yang diolah, hasil print out komputer, 2012.

oleh 3 (tiga) variabel, yaitu pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi dan pengembangan jaringan pemasaran. Sisanya, sebesar 61,44 persen dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar model.

Kemudian berdasarkan perhitungan *Wilks' Lambda* yang menghasilkan nilai *Wilks' Lambda* sebesar 0,615 dan *Chi-square* sebesar 74,230 dengan angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05 diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok (anggota yang menganggap pemberdayaan kurang efektif dan yang menganggap efektif) pada model diskriminan. Dengan demikian perilaku kelompok anggota koperasi yang

peningkatan akses terhadap sumber pendanaan dan pemberdayaan sumber daya koperasi tidak memenuhi syarat masuk model diskriminan.

Tabel 5 : Hasil perhitungan Eigenvalue, Canonical Correlation dan Wilks' Lambda

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation	
1	.627 ^a	100.0	100.0	.621	
Test of Function(s)		Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1		.615	74.230	3	.000

Sumber : Data primer yang diolah, hasil print out komputer, 2012

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pemberdayaan atau efektivitas

pemberdayaan koperasi sangat sensitif terhadap dua variable pertama yaitu pemberdayaan kelembagaan dan pemberdayaan teknologi informasi. Meskipun demikian, variable pemberdayaan kelembagaan merupakan variable yang paling membedakan (*discriminant the most*) dalam pengertian pemberdayaan kelembagaan merupakan factor yang paling membedakan sebuah pemberdayaan koperasi tersebut efektif atau kurang efektif. Pemberdayaan teknologi dan informasi merupakan variable pembeda penting urutan berikutnya.

Variabel pembeda berikutnya adalah pengembangan jaringan pemasaran (*discriminant the least*). Variabel terakhir ini merupakan factor pembeda penting yang tetap perlu diperhatikan dalam meningkatkan efektivitas pemberdayaan, meskipun tingkat kepentingannya masih berada di bawah pemberdayaan kelembagaan dan pemberdayaan teknologi dan informasi. Dengan demikian jika sasaran pemberdayaan koperasi RT adalah meningkatkan efektivitas pemberdayaan (kinerja pemberdayaan), maka pihak-pihak yang berkepentingan seperti Manajemen koperasi itu sendiri, Pemerintah, Perguruan Tinggi dan lembaga-lembaga tertentu yang berminat mengembangkan koperasi RT di Kab. Wonogiri, factor utama yang perlu dikembangkan adalah pemberdayaan kelembagaan, baru kemudian pemberdayaan teknologi dan informasi pada tahap berikutnya. Pengembangan jaringan pemasaran juga penting untuk dikembangkan, namun tingkat kepentingannya masih lebih rendah dibanding kedua factor di atas.

Berdasarkan tabel *Classification Results* diketahui bahwa pada bagian original terlihat kelompok anggota koperasi RT yang pada data awal menganggap pemberdayaan kurang efektif sebanyak 87 anggota dan dari model diskriminan tetap pada kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan kurang efektif sebanyak 66 anggota koperasi. Sedangkan dengan model diskriminan, mereka yang awalnya masuk kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan kurang efektif ternyata menjadi anggota kelompok anggota koperasi RT yang menganggap pemberdayaan efektif sebanyak 21 anggota. Demikian juga dengan kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan koperasi efektif, yang tetap berada pada kelompok anggota yang menganggap pemberdayaan efektif sebanyak 60 anggota koperasi dan yang menjadi kelompok anggota yang menganggap kinerja pemberdayaan kurang efektif sebanyak 9 anggota. Dengan demikian ketepatan prediksi dari model ini adalah : $(66 + 60) / 156 = 0,8077$ atau 80,77 %. Angka ketepatan ini cukup tinggi, sehingga model diskriminan yang dipakai di atas dapat digunakan untuk analisis diskriminan. Dengan kata lain penafsiran terhadap beberapa table yang dihasilkan dari analisis diskriminan yang dicantumkan di atas adalah valid untuk digunakan. Selain itu, berdasarkan metode *Leave-one-out cross validation* diketahui angka ketepatan klasifikasi data ke grup sebesar 80,8 % yang cukup tinggi sehingga model ini dapat digunakan untuk analisis diskriminan.

Arti penting dari hasil penelitian ini adalah faktor yang paling menentukan kinerja pemberdayaan koperasi RT

adalah pemberdayaan kelembagaan, pengembangan jaringan pemasaran dan pemberdayaan teknologi dan informasi. Ketiga variabel tersebut harus menjadi prioritas dalam pemberdayaan koperasi RT.

Prioritas pertama dalam pemberdayaan adalah pemberdayaan kelembagaan. Pemberdayaan kelembagaan tersebut dapat dilakukan dengan cara masih tetap menganjurkan masyarakat untuk mendirikan koperasi bagi warga RT yang belum memiliki koperasi, aktif mensosialisasikan aturan main penyelenggaraan koperasi RT, mempermudah perijinan dan perolehan badan hukum, memberikan kemudahan untuk menjadi anggota koperasi RT, aktif menganjurkan anggota masyarakat untuk memanfaatkan koperasi sebagai sarana pengembangan usaha mikro miliknya, aktif membantu pengembangan usaha koperasi RT dan anggotanya, Pemerintah Daerah tetap berkomitmen dan termotivasi untuk membangkitkan peran koperasi dalam perekonomian daerah melalui pengembangan koperasi, dan ikut aktif menjembatani hubungan usaha mikro anggota koperasi dengan perusahaan-perusahaan besar.

Prioritas yang kedua adalah pengembangan jaringan pemasaran. Pada umumnya, usaha kecil dan menengah, terutama di pedesaan tidak memiliki jaringan pemasaran yang kuat. Mereka mampu membuat produk dalam jumlah yang cukup banyak, tapi mengalami kesulitan dalam pemasaran. Oleh karena itu, faktor yang terpenting bagi mereka adalah menemukan pasar baru yang lebih luas. Oleh karena keterbatasan sumber daya koperasi dalam pencarian

pasar baru dan pembentukan jaringan pemasaran, maka pemilik usaha kecil dan usaha mikro di pedesaan perlu dibantu oleh pihak-pihak yang berkepentingan, seperti Pemerintah Daerah beserta jajaran instansi yang terkait, BUMN dan BUMS, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, maupun perguruan tinggi.

Pemberdayaan mengenai pengembangan jaringan pemasaran koperasi RT dan anggotanya dapat dilakukan dengan cara ikut aktif dalam membantu mempromosikan dan memasarkan hasil produksi koperasi RT dan anggotanya, aktif dalam mengembangkan sarana pemasaran hasil produksi koperasi (misal gedung pameran, perbaikan pasar, tempat berjualan, dll), aktif mengikutsertakan anggota koperasi RT dalam pameran-pameran produk yang dihasilkan koperasi dan anggotanya, aktif mendorong anggota koperasi untuk menjadikan koperasi sebagai jaringan pemasaran bagi produk-produknya, dan aktif membantu pembentukan jaringan usaha guna memudahkan penjualan produk-produk koperasi dan anggotanya.

Prioritas ketiga adalah pemberdayaan teknologi dan informasi. Pemberdayaan ini diperlukan mengingat masih banyak koperasi RT yang belum memiliki komputer, SDM-nya belum familier dengan komputer dan apalagi dengan internet. Di samping itu, pemberdayaan teknologi dan informasi tersebut penting untuk menghindari keterpurukan akibat tidak mampu bersaing dalam era global. Pemberdayaan ini dapat dilakukan dengan cara penyediaan perangkat keras, penyediaan perangkat lunak, penyediaan sistem jaringan, dan optimalisasi fungsi dan sasaran penggunaan

teknologi dan jaringan, mendorong dan mengajari anggota koperasi RT dalam memanfaatkan teknologi komputer terutama pemanfaatan *perangkat lunak komputer* dan teknologi internet, serta fasilitasi dan aktifkan pelatihan-pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi dan informasi dalam mempromosikan produk dan membentuk jaringan usaha online.

Pemberdayaan bidang produksi, peningkatan akses terhadap sumber pendanaan koperasi dan pemberdayaan sumber daya bukan berarti tidak penting dalam pemberdayaan koperasi RT, tetapi pemberdayaan ini bisa jadi sudah biasa dilakukan atau belum sama sekali dilaksanakan sehingga respon terhadap kuesioner yang ditanyakan relatif seragam.

SIMPULAN

Secara umum, pemberdayaan yang dilakukan sudah dianggap efektif, artinya telah terjadi perubahan perilaku masyarakat dalam berkoperasi. Hasil uji beda antar kelompok variabel independen menunjukkan bahwa apabila kelembagaan koperasi diperbaiki, akses koperasi terhadap sumber pendanaan dipermudah, sumber daya koperasi dikembangkan, bidang produksi diberdayakan, jaringan pemasaran diperluas, dan pengetahuan teknologi dan informasi ditingkatkan, kinerja pemberdayaan akan lebih meningkat.

Hasil analisis diskriminan menunjukkan tiga variabel independent yang dapat dimasukkan pada persamaan diskriminan, yakni pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi, dan pengembangan jaringan pemasaran.

Dengan demikian, efektif tidaknya suatu pemberdayaan koperasi dipengaruhi oleh sikap anggota koperasi RT dalam merespon pemberdayaan kelembagaan, pemberdayaan teknologi dan informasi, dan pengembangan jaringan pemasaran. Sementara itu, variabel-variabel yang lain seperti pemberdayaan bidang produksi, peningkatan akses terhadap sumber pendanaan dan pemberdayaan sumber daya koperasi bukanlah variabel yang mempengaruhi kinerja pemberdayaan.

Model diskriminan yang ada ternyata valid dan dapat digunakan karena tingkat ketepatannya cukup tinggi (80,77 %) dan mempunyai *cross validation* yang cukup tinggi pula (80,8%), sehingga model yang terbentuk benar-benar dapat digunakan dalam analisis diskriminan. Oleh karena itu berbagai pihak yang terkait dengan upaya pemberdayaan koperasi RT dapat mengambil berbagai strategi yang relevan berdasarkan model diskriminan tersebut.

IMPLIKASI KEBIJAKAN

Terdapat 3 variabel yang sangat penting diperhatikan dalam pengembangan koperasi RT yakni pemberdayaan kelembagaan, penguatan jaringan pemasaran, dan pemberdayaan teknologi dan informasi. Ketiga variabel tersebut merupakan factor pembeda penting yang tetap perlu diperhatikan dalam pemberdayaan koperasi RT. Dengan demikian jika sasaran awal pemberdayaan koperasi RT adalah kualitas pemberdayaan atau keefektifan pemberdayaan itu sendiri, maka pihak-pihak yang berkepentingan seperti Pemerintah Daerah beserta instansi-instansi yang terkait, Perguruan Tinggi, BUMN dan BUMS, serta lembaga-lembaga

swadaya yang berminat memberdayakan koperasi RT, factor utama yang perlu diberdayakan adalah kelembagaan, baru kemudian pengembangan jaringan pemasaran, dan teknologi informasi pada tahap berikutnya. Faktor-faktor yang lain seperti pemberdayaan di bidang produksi, pemberdayaan sumber daya, dan akses terhadap sumber pendanaan bukanlah faktor yang dianggap penting untuk diberdayakan. Hasil penelitian ini juga menyarankan perlunya dibuat model komprehensif dalam pemberdayaan koperasi RT yang berfokus pada pemberdayaan kelembagaan, pembentukan jaringan pemasaran, dan penguasaan teknologi dan informasi. Ketiga variable tersebut merupakan variable yang sangat sensitive terhadap kinerja pemberdayaan.

Daftar Referensi

- Ackerman, Joshua T; Takekawa, John Y; Bluso, Jill D; Yee, Julie L; Eagles-Smith, Collin A. 2008. **Gender Identification of Caspian Terns Using External Morphology**. *The Wilson Journal of Ornithology*; Jun 2008; 120, 2; ProQuest Biology Journals. Pg. 378
- Bappenas, BPS dan UNDP. 2001. **Indonesia Human Development Report 2001 Towards a New Consensus : Democracy and Human Development in Indonesia**. www.undp.or.id.
- Crownover, Richard M. 1991. **A Least Squares Approach to Linear Discriminant Analysis**. *SIAM J. Sci. STAT. COMPUT.* Vol. 12, No. 3, pp. 595-606 Society for Industrial and Applied Mathematics.
- Davoud Mojtahed. 2007. **Conflict Management of Cooperative Organizations in Contemporary Iran: A Review Analysis**. *Public Organiz Rev* (2007) 7:163–180. Management Department, Management Development Institute of Iran, No. 6, 21 St., Sanaee St., Motahari Ave., Tehran, Iran.
- Ferdinand, Agusty. 2000. **Manajemen Pemasaran Sebuah Pendekatan Strategik**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2006. **Metoda Penelitian Manajemen**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Farazmand, A. 2006. The capacity to manage in the age of rapid changes and globalization. *Iranian Journal of Management Sciences: A Quarterly*, 1(1): 157–188.
- Friedmann, J. 1992. **Empowerment: the politics of alternative development**. California: Blackwell.
- Hadar, I.A. 2006. **Hak Atas Tanah**. Kompas 15 Desember 2006.
- Hanel, Alfred. 1988. **Organisasi Koperasi**. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Hendar dan Kusnadi. 2005. **Ekonomi Koperasi**. Edisi Dua. Lembaga Penerbit UI. Jakarta.
- Hendar. 2010. **Manajemen Perusahaan Koperasi**. Edisi I. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- ICA News, No. 5/6, 1996. **Co-operative Information, Statement on the Co-operative Identity.**
- Ife, K. 1995. **Comunnity Development : Creating Community Alternatives-Vision, Analisis And Practice.** Malbourne. Longman;
- Imam Ghazali. 2004. **Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0.** Badan Penerbit Universitas Diponogoro. Semarang.
- Krisnamurthi, B. 1998. **Perekembangan Kelembagaan dan Perilaku Usaha Koperasi Unit Desa di Jawa Barat (Desertasi).** Bogor. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Kenny, S. 1999. **Developing Communities for the future : Community Development in Australia.** 2nd ed. Melbourne : Nelson ITP.
- Li Zhao, Caroline Gijssels, (2011). **Multi-stakeholder co-operatives in China: a resource mix structure approach.** Social Enterprise Journal, Vol. 7 Iss: 3, pp.259 - 279
- Muenkner, Hans. 1989. **Pengantar Hukum Koperasi, Dengan Acuan Khusus Mengenai Perundang-undangan Koperasi di Indonesia.** Bandung. Universitas Padjadjaran.
- [PNganwa](#), [M Lyne](#) & [S Ferrer](#). 2010. **What will South Africa's new Cooperatives Act do for small producers? An analysis of three case studies in Kwa Zulu-Natal.**
- Agrekon. [Volume 49, Issue 1](#), pages 39-55
- Pranarka, AMW dan Vidhyandika, Moeljarto. 1996. **Pemberdayaan Empowerment). Di Dalam: Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi".** CSIS. Jakarta.
- Plummer, J. 2000. **Municipalities and community participation : a sourcebook for capacity development.** London : Farthcan.
- Rahmat Imam Santosa. 2006. **Penguatan Kelembagaan Koperasi Rukun Tetangga untuk Meningkatkan Keberdayaan Anggota.** Tesis. IPB Bogor.
- Ronald Levant & Katherine Richmond & Stephen Cook & A. Tanner House & Maryse Aupont. 2007. **The Femininity Ideology Scale: Factor Structure, Reliability, Convergent and Discriminant Validity, and Social Contextual Variation.** Sex Roles (2007) 57:373–383. Published online: 3 July 2007. Springer Science + Business Media, LLC 2007
- Roopke, Jochen. 1987. **The Economic Theory of Cooperative Enterprise in Developing Countries, With Special Reference of Indonesia.** Marburg, German.
- Roopke, Jochen. 1992. **Rebuilding Cooperatives for A New Country (on The Future of Indonesian Cooperative).** Jurnal Koperasi Indonesia Tahun VII – No. 1 – 1992. Jatinangor – Bandung. IKOPIN.
- Roopke, Jochen. 1992. **Strategik Management of Self-Help Organization.** Marburg – German.

- Roopke, Jochen. 1992. **Cooperative Entrepreneurship**. Marburg – German.
- _____, UU No 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Indonesia
- Setiana Lubis. 2005. **Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat**. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Shad S Morris, Warner P Woodworth and Shon R Hiatt. 2006. **The Value of Networks in Enterprise Development : Case Studies in Eartern Europe and Southeast Asia**. Journal of Developmental Entrepreneurship. Vol. 11, No. 4 (2006) 345–356. © World Scientific Publishing Company.
- Suharto, E. 2005. **Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat : Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosisl dan Pekerjaan Sosial**. Refina Aditama. Bandung.
- Yusof Ismail and Suhaimi Mhd Sarif(2010). **Convergence of global and traditional managers’ characteristics: a case of senior management of cooperatives in Malaysia**. Journal for International Business and Entrepreneurship Development. Volume 5, Number 1, pp 28 – 47
- Tylor, M. 2003. **Public Policy in the Community**. New York : Palgrave Macmillan.
- Tim Crescent. 2003. **Menuju Masyarakat Mandiri : Pengembangan Model Sistem Keterjaminan Sosial**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tim Koordinasi Nasional PPK. 2002. **Pedoman Umum Program Pengembangan Kecamatan**. Fase II. Jakarta.
- Wignyo Adiyoso. 2009. **Menggugat Perencanaan Partisipatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat**. Putra Media Nusantara. Surabaya.

Decision Support System **Pemilihan Lokasi Terminal *Check In* Pelabuhan Merak** **Dengan Metode Delphi**

Henricus Bambang Triantono

BINUS University Computerized Accounting Departement

henricusbambang@yahoo.co.id

Abstract

Decision Support Systems or DSS is a form of management information systems specifically designed to support planners and stakeholders in decision-making. DSS may reflect different concepts of decision-making and conditions vary, and will be very useful for semi-structured or unstructured problems in which the decision process is enhanced with interactive dialogue between the DSS user. The Delphi method is based on structural this surveys and makes use of the intuitive available information of the participants, who are mainly experts. Transport between islands can not be separated from the transport that connects the islands as a bridge, of which the most important is the movement of ships crossing through the form of roll on roll off ferry is more commonly known as roro ship or roro ferry. Medium transport in the island can also take advantage of the great rivers or lakes and reservoirs that are not small. In 2008 there was a barrier between Merak crossing implementation - and worse Bakauheni in 2011 that resulted in long queues for days. This problem arises as a result of lack of sensitivity of the monitoring system so that the flow is not expected occurrence of resistance in these services. The problem occur buildup of heavy congestion of passengers and causing damage to all parties. To solve these problems it is necessary to include steps to create / build Terminal Chek-in outside the port of Merak.

Keywords: *DSS, heavy congestion , terminal chek-in, delphi method*

PENDAHULUAN

Decision Support Systems atau DSS adalah suatu bentuk dari sistem informasi manajemen yang secara khusus dibuat untuk mendukung perencana dan *stakeholders* dalam pengambilan keputusan. DSS dapat mencerminkan berbagai konsep dari pengambilan keputusan dan kondisi yang berbeda-beda, dan akan sangat berguna untuk *semi-structured* atau *unstructured problems* dimana proses pengambilan keputusan ditingkatkan dengan dialog

interaktif antara DSS dengan pengguna.

Kelebihan utama dari DSS adalah kemampuannya untuk memanfaatkan sistem komputer untuk membantu pengambil keputusan dalam mempelajari masalah dan mengambil kebijakan, dan meningkatkan pemahaman mengenai kondisi lingkungan dimana kebijakan tersebut akan diterapkan dengan mengakses data dan model yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan tersebut. DSS berfungsi untuk mengembangkan dan mengevaluasi beragam alternatif solusi

untuk memperoleh pemahaman mengenai permasalahan, *trade off* antara obyektif-obyektif yang ada, dan mendukung proses pengambilan keputusan dalam mengatasi permasalahan, yang salah satunya dalam proses perencanaan wilayah dan kota.

Kemacetan di Pelabuhan Merak yang terjadi beberapa waktu lalu telah mengakibatkan proses penyeberangan Jawa – Sumatera terganggu. PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) bersama dengan Pemerintah terus berupaya sebaik-baiknya dalam menangani masalah kemacetan. Kemacetan ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya :

- 1) Teridentifikasi yakni minimnya kapal *roll on roll off* (roro) yang beroperasi. Hal ini disebabkan sebagian kapal roro melaksanakan perawatan rutin (*docking*), tiga unit kapal roro mengalami kerusakan, dan sisanya sedang lego jangkar (istirahat).
- 2) Waktu sandar dan bongkar muat (*port time*) mencapai lebih dari satu jam.
- 3) Pola pengoperasian kapal roro di Pelabuhan Merak juga berubah. Sebelumnya pada Dermaga I, II dan III masing-masing dioperasikan sebanyak 6 kapal roro, diubah menjadi hanya 5 kapal roro per dermaga. Sementara untuk Dermaga IV dan Dermaga V bisa dioperasikan 4 hingga 5 kapal roro.
- 4) Kondisi akibat gangguan cuaca buruk yang melanda perairan Selat Sunda akibat angin kencang dan gelombang air laut yang mencapai tiga meter menyebabkan pelayaran kapal roro yang melayani jasa penyeberangan dari Pelabuhan Merak, Cilegon, Banten menuju Pelabuhan Bakauheni, Lampung, maupun

sebaliknya terganggu. Serta *Sailing time* (waktu berlayar) kapal menjadi dua jam lebih hingga tiga jam. Padahal pada situasi normal, waktu berlayar kapal roro hanya dua jam. Sedangkan untuk bersandar di dermaga, kapal roro harus berhati-hati dan butuh waktu yang lama.

- 5) Kelebihan kapasitas kendaraan serta masalah dimensi kendaraan yang melebihi aturan yang berlaku. Sesuai dengan tarif yang diatur untuk volume barang yang boleh menyeberangi Merak-Bakauheni berkisar 5 meter (m) hingga maksimal 16 m. Namun saat ini dimensi kendaraan diangkut mencapai hingga 22 m. “Kelebihan kapasitas dimensi ini akan menyebabkan kesulitan dalam gerak kapal dan mempercepat kerusakan kapal.
- 6) Faktor murahnya tarif penyeberangan di Merak-Bakauheni yang menyebabkan banyak terjadi pergeseran angkutan muatan dari Pelabuhan Tanjung Priok. “Di Priok diwajibkan membayar perangkutan yang dibawa, namun di Merak-Bakauheni hanya dikenakan biaya perkontainer tanpa membayar isi kontainer itu. Jadi hitungannya jika satu kontainer yang berisi lima mobil harus membayar Rp25 juta jika diangkut melalui Tanjung Priok, maka di Merak mereka hanya membayar Rp1,5 juta,”.

PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) adalah BUMN di Indonesia yang bergerak dalam jasa angkutan penyeberangan dan pengelola pelabuhan penyeberangan untuk penumpang, kendaraan dan barang. Fungsi utama perusahaan ini adalah menyediakan akses transportasi publik antar pulau yang bersebelahan serta menyatukan pulau-

pulau besar sekaligus menyediakan akses transportasi publik ke wilayah yang belum memiliki penyeberangan untuk mempercepat pembangunan (penyeberangan perintis).

TUJUAN DAN MANFAAT

Pelabuhan Merak yang luasnya hanya ± 5 Ha memiliki potensi yang besar sehingga dalam satu tahun minimal 3 (tiga) kali terjadi masalah penumpukan penumpang dan kemacetan berat yang menimbulkan kerugian bagi semua pihak. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka perlu dilakukan langkah-langkah diantaranya membuat/ membangun Terminal *Chek In* diluar pelabuhan Merak. Terminal ini dimaksudkan sebagai lokasi persiapan sebelum masuk ke kapal penyeberangan. Kegiatan di lokasi Terminal *Chek In* antara lain sebagai berikut:

1. Sebagai terminal untuk pemeriksaan kendaraan dan jenis dan berat barang bawaannya terutama truk.
2. Sebagai terminal untuk pemeriksaan kendaraan dan penumpang serta bawaannya terutama angkutan umum / bus dan mobil pribadi.
3. Sebagai terminal untuk istirahat sesaat (*Rest area*) bagi penumpang dan awak kemudi/ sopir bus & truk sambil mengisi bahan bakar.
4. Tempat untuk berbelanja mini mall/ pusat perbelanjaan oleh-oleh dan kantin/ rumah makan /toilet umum sederhana s.d vip/mesjid yang dapat melayani penumpang umum dan awak kendaraan sopir truk dan bus./ ruang atm dan kantor cabang bank untuk umum.
5. Komplek perkantoran untuk Kantor ASDP Cabang Merak dan kantor pemerintah yang terkait.
6. Parkir umum dan parkir khusus bagi

kendaraan bermasalah.

7. Pergudangan sementara yang dilengkapi alat pendingin yang dapat menampung barang-barang berharga tetapi cepat rusak.

SASARAN

Sasaran didalam *Site Selection* atau Survey Pemilihan Lokasi Lahan untuk kegiatan Terminal *Chek In* Pelabuhan Merak adalah

1. Melakukan analisis kebutuhan lahan dan melakukan seleksi dari alternative lokasi yang telah disampaikan oleh Tim PT ASDP sebanyak 4 (empat) lokasi dan dapat menghasilkan alternative terpilih terbaik setelah dilakukan penilaian dari setiap alternative lokasi dari data-data yang diperoleh baik dari pengumpulan data sekunder dan primer yang luasnya paling layak dapat mengatasi masalah kemacetan Pelabuhan Merak minimal 20 s.d 30 tahun yang akan datang.
2. Lokasi terpilih adalah lokasi yang paling layak untuk rencana pembangunan kegiatan Terminal *Chek In* Pelabuhan Merak secara harga/ pembiayaan, luas lahan dan pengembangan terminal dimasa yang akan datang. Perhitungan kebutuhan ruang parkir berdasarkan lalu lintas harian rata-rata volume kendaraan besar tiap jam pada puncak (Jum'at siang sd Sabtu siang). Serta kondisi khusus akibat cuaca yang mengganggu penyeberangan ke Selat Sunda.
3. Dari data dapat dihitung kebutuhan lahan untuk pembangunan Terminal *Chek In* apabila mengambil data kenaikan pertahun dan membandingkan jumlah kendaraan barang dan penumpang pada hari biasa kenaikan tertinggi adalah 28,56%. Apabila membandingkan hari-

hari biasa maka kenaikan tertinggi adalah pada tahun 2010 sebesar 57,22% ini adalah kenaikan yang dapat diberangkatkan. Asumsi kendaraan barang dan penumpang yang tidak diberangkatkan sebesar $57,22\% \times 3 \times 100 = 171,66\%$ Maka asumsi jumlah kendaraan yang harus diwaspadai adalah kenaikan hari biasa ke hari besar al Hari Raya Idul Fitri dan Hari Natal dan Tahun Baru $171,66\% \times 316 \text{ kendaraan} = 556 \text{ kendaraan}$.

4. Perhitungan kebutuhan lahan untuk membangun gedung untuk kegiatan pelayanan dan fasilitas umum diperkirakan luas maksimal $40\% \times 20.000 \text{ m}^2 = 8.000 \text{ m}^2$, Taman & open space $10\% \times 20.000 \text{ m}^2 = 2.000 \text{ m}^2$. Maka kebutuhan lahan awal / tahun pertama minimum adalah : $40.000 \text{ m}^2 + 8.000 \text{ m}^2 + 2.000 \text{ m}^2 = 50.000 \text{ m}^2$. (5 Ha). Kalau diproyeksikan kebutuhan lahan parkir $8,26\% \times 40.000 \text{ m}^2 \times 10^{\text{th}} = 33.040 \text{ m}^2$ (3,3 Ha). Maka kebutuhan lahan parkir secara kesekuruhan adalah 83.300 m^2 ($\pm 8,33 \text{ Ha}$).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Decision Support System (DSS):

Konsep DSS dimulai pada akhir tahun 1960-an dengan *timesharing* komputer. Dengan konsep DSS pertama kalinya seseorang dapat berinteraksi langsung dengan komputer tanpa harus melalui spesialis informasi. Baru pada tahun 1971, istilah DSS diciptakan oleh G. Anthony Gorry dan Michael S. Scott Morton. Menurut Keen (1978), konsep DSS - system pendukung keputusan telah berkembang dari dua bidang utama

penelitian. Penelitian teoritis pengambilan keputusan organisasi dilakukan di Institut Teknologi Carnegie selama 1950-an dan awal 1960-an, dan pekerjaan teknis pada komputer interaktif sistem, terutama dilakukan di Massachusetts Institute of Technology pada tahun 1960.

Definisi awalnya DSS adalah suatu sistem yang ditujukan untuk mendukung manajemen pengambilan keputusan. Sistem berbasis model yang terdiri dari prosedur-prosedur dalam pemrosesan data dan pertimbangannya untuk membantu manajer dalam mengambil keputusan. Agar berhasil mencapai tujuannya maka sistem tersebut harus: (1) sederhana, (2) robust, (3) mudah untuk dikontrol, (4) mudah beradaptasi, (5) lengkap pada hal-hal penting, (6) mudah berkomunikasi dengannya. Secara implisit juga berarti bahwa sistem ini harus berbasis komputer dan digunakan sebagai tambahan dari kemampuan penyelesaian masalah dari organisasi.

Karakteristik DSS:

1. Kajiannya ada pada keputusan-keputusan dimana ada struktur yang cukup untuk komputer dan alat bantu analitis yang memiliki nilai tersendiri, tetapi tetap pertimbangan manajer memiliki esensi utama.
2. Hasil utamanya adalah dalam peningkatan jangkauan dan kemampuan dari proses pengambilan keputusan para manajer untuk membantu mereka meningkatkan efektivitasnya.
3. Relevansinya untuk manajer adalah dalam pembuatan *tool* pendukung, di bawah pengawasan mereka, yang tidak dimaksudkan untuk mengotomatiskan proses pengambilan keputusan, tujuan sistem, atau solusi tertentu.

Kemampuan DSS

1. DSS menyediakan dukungan bagi pengambil keputusan utamanya pada situasi semi terstruktur dan tak terstruktur dengan memadukan pertimbangan manusia dan informasi terkomputerisasi.
2. Dukungan disediakan untuk berbagai *level managerial* yang berbeda, mulai dari pimpinan puncak sampai manajer lapangan
3. Dukungan disediakan bagi individu dan juga bagi group, berbagai masalah organisasional melibatkan pengambilan keputusan dari orang dalam group. Untuk masalah yang strukturnya lebih sedikit seringkali hanya membutuhkan keterlibatan beberapa individu dari departemen dan *level* organisasi yang berbeda.
4. DSS menyediakan dukungan ke berbagai keputusan yang berurutan atau saling berkaitan.
5. DSS mendukung berbagai fase proses pengambilan keputusan: *intelligence, design, choice* dan *implementation*.

Metode Delphi

Awalnya dikembangkan di 50-an oleh RAND Corporation di Santa Monica, California. Secara teknis pendekatan ini terdiri dari survei yang dilakukan pada dua atau lebih putaran dan memberikan para peserta di babak kedua bisa mengubah penilaian awal jika mereka ingin - atau merevisi penilaian awalnya. Selanjutnya dikatakan bahwa *"It is commonly assumed that the method makes better use of group interaction (Rowe et al. 1991, Häder/Häder 1995) whereby the questionnaire is the medium of interaction (Martino 1983). The Delphi method is especially useful*

for long-range forecasting (20-30 years), as expert opinions are the only source of information available. Meanwhile, the communication effect of Delphi studies and therefore the value of the process as such is also acknowledged". "Hal ini umumnya diasumsikan bahwa metode Delphi akan membuat lebih baik menggunakan interaksi kelompok. Di mana proses kuesioner adalah menggunakan media interaksi. Metode Delphi sangat berguna untuk jangka panjang peramalan (20-30 tahun), sebagai pendapat ahli yang merupakan satu-satunya sumber informasi yang tersedia. Oleh karenanya nilai dari proses seperti itu juga diakui.

Definition of Delphi

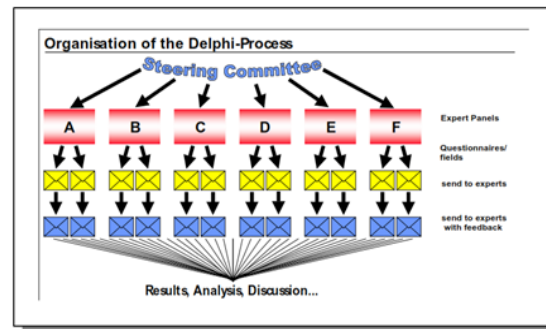
The Delphi method is based on structural surveys and makes use of the intuitive available information of the participants, who are mainly experts (Häder and Häder 1995, p. 12). Metode Delphi adalah prosedur agak rumit dan membutuhkan beberapa sumber daya dan tergantung pada luasnya penelitian yang direncanakan. Metode Delphi adalah proses yang meliputi persiapan, sebuah survei di dua atau lebih putaran dan dengan beberapa analisis dan aplikasi (implementasi) ketika survei selesai. Metode Delphi didasarkan pada survei struktural dan memanfaatkan informasi yang tersedia pada *intuitif* partisipasi, yang terutama pada para ahlinya. Untuk para ahli yang partisipasi harus terlibat atas dasar pengetahuan mereka dan pengalaman yang mampu menilai dengan cara yang kompeten. Selama putaran, mereka memiliki kesempatan untuk mengumpulkan informasi baru. Oleh karena itu Metode Delphi memberikan kualitatif maupun kuantitatif dan memiliki hasil eksploratif, yang dapat memprediksi,

bahkan mencakup adanya unsur-unsur normative. Metode Delphi terutama digunakan ketika isu jangka panjang harus dinilai. Karena merupakan Prosedur untuk mengidentifikasi pernyataan (topik) yang relevan untuk masa depan, mengurangi pengetahuan rumit dan kompleks untuk pernyataan tunggal dan memungkinkan untuk menilai atas permasalahan. Oleh karena itu, penggunaan dalam kombinasi dengan metodologi lain seperti skenario, teknologi daftar atau orang lain dapat menjadi menarik. Di sisi lain, dalam masalah yang lebih kompleks, ketika tema tidak dapat dikurangi yang banyak atau ketika pemikiran dan diskusi di alternatif adalah target utama, Delphi bukanlah metode pilihan. (Eto 2003).

Proses Delphi dalam Organisasi

Langkah pertama adalah membentuk sebuah *steering committee* dan tim manajemen dengan kapasitas yang cukup untuk proses tersebut. Kemudian ahli melakukan panel untuk mempersiapkan dan merumuskan laporan yang sangat membantu kecuali memutuskan untuk membiarkan hal itu dilakukan oleh tim manajemen. Seluruh prosedur harus ditetapkan sebelumnya: Apakah anggota tim perlu pertemuan panel atau tim bekerja secara virtual. Apakah akan ada tindak lanjut lokakarya, wawancara, presentasi? Jika ya, ini juga harus terorganisir dan dipersiapkan.

Percetakan brosur, leaflet, kuesioner, laporan juga dipertimbangkan. Titik organisasi terakhir adalah melakukan diskusi dengan anggota tim dalam organisasi termasuk yang mendanai pembiayaan jika ini berbeda dari tim manajemen.



Gambar 1: Proses Delphi dalam Organisasi

Teknik Delphi sebagai alat pandangan ke depan tampaknya memiliki derajat tertentu invarian untuk bertahan hidup dalam tantangan perubahan dari 50 tahun terakhir. Metode ini bisa melayani pemahaman yang berbeda dari peramalan atau pandangan ke depan dan mungkin di bawah-berdiri pengguna sebagai relevan untuk menutupi perspektif teknis, organisasi perspektif, tetapi juga perspektif pribadi. Individu dapat mengekspresikan jelas berbeda pendapat dibandingkan dengan perspektif kelompok dan hal ini ke tingkat yang berbeda antara rincian teknis di bawah pengawasan. Karena berbagai perspektif yang direkomendasikan untuk pengambilan keputusan, (Linstone / Mitroff 1994; Linstone 1998)

Metode Delphi tampaknya memiliki daya tarik dalam situasi yang cukup beragam menyentuh pertimbangan jangka panjang. Seperti dapat ditunjukkan dalam percobaan ilmiah terkontrol bahwa posisi Perkiraan Delphi tidak lebih baik daripada lainnya konsensus-metode berorientasi (Woudenberg 1991) harus menjadi kekuatan komunikatif pendekatan Delphi yang memfasilitasi peralihan antara perspektif yang berbeda.

Perencanaan Pengembangan

Perencanaan merupakan langkah untuk melihat kedepan, memperkirakan apa yang akan terjadi sehingga dapat dirumuskan strategi yang akan ditempuh pemerintah ataupun perusahaan dalam mengembangkan sistem angkutan sungai, danau dan penyeberangan. Secara umum perencanaan transportasi harus dikaitkan tata ruang sebagaimana diatur dalam Undang-undang no 20 tahun 2007 tentang Penataan Ruang dimana dikatakan bahwa ruang wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang merupakan negara kepulauan berciri Nusantara, baik sebagai kesatuan wadah yang meliputi ruang darat, ruang laut, dan ruang udara, termasuk ruang di dalam bumi, maupun sebagai sumber daya, perlu ditingkatkan upaya pengelolaannya secara bijaksana, berdaya guna, dan berhasil guna dengan berpedoman pada kaidah penataan ruang sehingga kualitas ruang wilayah nasional dapat terjaga keberlanjutannya demi terwujudnya kesejahteraan umum dan keadilan sosial.



Gambar 2: *Master Plan Dir Jen Perhubungan Darat*

Selanjutnya didalam Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional dikatakan bahwa Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional yang selanjutnya disebut RTRWN adalah arahan kebijakan dan strategi pemanfaatan ruang wilayah negara. Sedangkan ruang adalah wadah yang meliputi ruang darat, ruang laut, dan ruang udara, termasuk

ruang di dalam bumi sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia dan makhluk lain hidup, melakukan kegiatan, dan memelihara kelangsungan hidupnya. Dan tata ruang adalah wujud struktur ruang dan pola ruang. Terkait dengan RTRWN adalah Rencana Jangka Panjang Kementerian Perhubungan 2005-2025 yang merupakan rencana indikatif yang berisikan latar belakang, kondisi transportasi nasional tahun 1995-2004, aspek-aspek fundamental, arah pembangunan transportasi jangka panjang 2005-2025 serta penutup, digunakan sebagai acuan bagi seluruh unit kerja di lingkungan Kementerian Perhubungan dalam penyusunan Rencana Strategis, Rencana Kerja serta Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian Perhubungan, yang selanjutnya dituangkan dalam Master Plan Direktorat Jenderal Perhubungan Darat dan secara rinci lebih lanjut dalam Program kerja Direktorat LLASDP.

Perencanaan ASDP

Perencanaan transportasi adalah suatu perencanaan kebutuhan prasarana transportasi seperti jalan, terminal, pelabuhan, pengaturan serta sarana untuk mendukung sistem transportasi yang efisien, aman dan lancar serta berwawasan lingkungan. Secara sederhana proses perencanaan mengikuti alur sebagaimana digambarkan berikut ini:



Gambar 3: *Alur Perencanaan ASDP*

Kondisi Saat ini

Kondisi sistem transportasi harus dipantau secara terus menerus agar dapat diketahui posisi *demand* dan *supply* sistem, bila *demand* sudah semakin dekat dengan *supply*, maka semakin kritis keadaan. Informasi yang perlu dikumpulkan diantaranya:

1. Pertumbuhan kebutuhan angkutan, yang dilihat dari data historis bagi pelayanan yang sudah ada, termasuk juga perlu diketahui faktor musiman, apakah musim tanam, musim panen, musim hujan, musim kemarau ataupun faktor yang terkait dengan liburan anak sekolah ataupun pada saat hari-hari besar keagamaan.
2. Tingkat penggunaan prasarana, untuk melihat sejauh mana faktor muat yang ada, apakah sudah mencapai titik kritis. Titik kritis berada pada kisaran faktor muat antara 0,7 sampai 0,8, bila sudah berada angka tersebut perlu langkah terobosan sehingga tidak terjadi antrian pada saat puncak arus angkutan.
3. Waktu tunggu merupakan salah satu indikator pelayanan yang penting, waktu tunggu yang panjang mengindikasikan terjadinya masalah kapasitas dalam penyediaan pelayanan.
4. Kecepatan pelayanan merupakan indikator lain yang terkait dengan efisiensi sistem pelayanan.
5. Panjang antrian merupakan indikator lain dari pelayanan angkutan, bila antrian panjang maka dapat diartikan bahwa waktu tunggu yang panjang.

Rest Area

Tempat istirahat atau dikenal secara lebih luas sebagai *rest area* adalah tempat beristirahat sejenak untuk melepaskan kelelahan, kejenuhan, ataupun ke toilet

selama dalam perjalanan jarak jauh. Tempat istirahat ini banyak ditemukan di jalan tol ataupun di jalan nasional di mana para pengemudi jarak jauh beristirahat. Di jalan arteri primer juga banyak ditemukan restoran yang berfungsi sebagai tempat istirahat. Restoran-restoran ini banyak digunakan oleh pengemudi truk jarak jauh ataupun bus antar kota untuk beristirahat. Dalam perencanaan ini ASDP Pelabuhan Merak menyediakan jasa berupa lahan yang memiliki fasilitas lengkap dan modern yang terbagi dalam beberapa divisi, antara lain : Ruang kantor dan manajemen untuk mendukung segala aktivitas perusahaan mitra, Loket penjualan dan pembelian tiket perjalanan pariwisata, Lahan parkir yang luas dan memadai, *Sparepart store*, *Gift shop* untuk perusahaan yang menyediakan berbagai macam camilan dan aksesoris khas kota Surabaya, *Lobby* dengan fasilitas meja billiard, *ATM Center* dan *Wi-Fi Zone*, Minimarket, Kafetaria dengan fasilitas *Ministage* dan *Catwalk*, WarPosTel, Tiang Papan Iklan, serta Toilet umum yang bersih dan sehat.

A. Ketentuan istirahat

Dalam peraturan perundangan mengenai Lalu Lintas dan Angkutan Jalan ada ketentuan yang menyebutkan bahwa setiap mengemudikan kendaraan selama 4 jam harus istirahat selama sekurang-kurangnya setengah jam, untuk melepaskan kelelahan, tidur sejenak ataupun untuk minum kopi, makan ataupun ke kamar kecil/toilet. Waktu kerja bagi Pengemudi Kendaraan Bermotor Umum paling lama 8 (delapan) jam sehari, sehingga tempat istirahat juga digunakan untuk tempat pergantian pengemudi.

B. Keselamatan dan keamanan lalu lintas

Untuk meningkatkan keselamatan lalu lintas dari kendaraan yang melewati

tempat istirahat dengan kendaraan yang keluar masuk ke tempat istirahat harus direncanakan sedemikian sehingga konflik dapat diminimalisasi, terutama pada tempat istirahat yang ditempatkan pada salah satu sisi di jalan dua arah karena akan terjadi konflik bersilangan untuk kendaraan yang memotong jalan masuk ke tempat istirahat. Keadaan ini menjadi masalah besar di jalan arteri nasional yang arus lalu lintasnya sudah tinggi tetapi belum ada median jalannya. Di jalan tol tempat istirahat dilengkapi dengan lajur percepatan dan lajur perlambatan agar kendaraan yang masuk ataupun keluar dari tempat istirahat dapat menyesuaikan kecepatan pada lajur percepatan ataupun lajur perlambatan. Masalah lain yang juga ditemukan ditempat istirahat yang tidak terlalu ramai adalah masalah kriminal, di mana terjadi tindak pencurian ataupun pemerasan terhadap pengguna tempat istirahat, ataupun tempat istirahat dijadikan tempat untuk melakukan *Rendezvous*.

Perencanaan tempat istirahat seyogyanya mengikuti kriteria sebagai berikut:

- Jalur mobil penumpang harus dipisah dari jalur mobil barang
- Pemisahan tempat pengisian bahan bakar antara mobil penumpang dengan truk
- Parkir mobil penumpang harus dilengkapi fasilitas pejalan kaki yang aman
- Parkir mobil penumpang dipisah dari parkir truk
- Khusus jalur truk agar sedapat mungkin satu arah

Berbagai gangguan/permasalahan operasional yang dapat timbul dalam menyelenggarakan angkutan sungai danau dan penyeberangan untuk menepati jadwal

diantaranya ditimbulkan oleh:

1. Gangguan cuaca, seperti ombak dan badai yang mempengaruhi keselamatan pelayaran ataupun kesulitan kapal untuk merapat didermaga.
2. Kapal mengalami kerusakan sehingga tidak dapat beroperasi, kerusakan bisa terjadi pada saat kapal sedang berlayar, pada saat akan merapat ke dermaga ataupun pada saat didermaga. Kerusakan ini dapat saja terjadi karena perawatan yang tidak memenuhi persyaratan perawatan ataupun karena kapal sudah tua, semakin tua kapal semakin rentan pelayanan yang bisa diberikan oleh kapal tersebut apalagi kalau kapal tersebut tidak dirawat dengan baik.
3. Kapal terdampar atau tersangkut di karang, hal ini bisa terjadi karena beberapa alasan diantaranya arus yang kuat, cuaca buruk, ataupun beberapa peralatan dikapal seperti bow thruster yang tidak berfungsi.
4. Kapal harus keluar dari pelayanan karena akan menjalankan pemeriksaan dan perawatan rutin,
5. Kapal keluar dari pelayanan untuk pengisian bahan bakar, air bersih, atau pergantian awak kapal ataupun istirahat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut diatas dibutuhkan kapal cadangan untuk mengisi kekosongan pada saat kapal yang sedang melayani angkutan tidak dapat beroperasi

LINGKUP STUDI

Aspek dari kegiatan sistem transportasi harus dipantau secara terus menerus agar dapat diketahui posisi demand dan supply sistem, bila demand sudah semakin dekat dengan supply, maka semakin

kritis keadaan. Sehingga informasi yang perlu dikumpulkan pada lingkup studi ini diantaranya:

1. Pertumbuhan kebutuhan angkutan, yang dilihat dari data historis bagi pelayanan yang sudah ada, termasuk juga perlu diketahui faktor musiman, apakah musim tanam, musim panen, musim hujan, musim kemarau ataupun faktor yang terkait dengan liburan anak sekolah ataupun pada saat hari-hari besar keagamaan.
2. Tingkat penggunaan prasarana, untuk melihat sejauh mana faktor muat yang ada, apakah sudah mencapai titik kritis. Titik kritis berada pada kisaran faktor muat antara 0,7 sampai 0,8, bila sudah berada angka tersebut perlu langkah terobosan sehingga tidak terjadi antrian pada saat puncak arus angkutan.
3. Waktu tunggu merupakan salah satu indikator pelayanan yang penting, waktu tunggu yang panjang mengindikasikan terjadinya masalah kapasitas dalam penyediaan pelayanan.
4. Kecepatan pelayanan merupakan indikator lain yang terkait dengan efisiensi sistem pelayanan.
5. Panjang antrian merupakan indikator lain dari pelayanan angkutan, bila antrian panjang maka dapat diartikan bahwa waktu tunggu yang panjang.

Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan data, baik data dari sumber sekunder (instansi terkait) maupun data primer yang diperoleh dari survei di lapangan. Pada dasarnya pengumpulan data diusahakan semaksimal mungkin dari data sekunder, dimana pelaksanaan survei primer hanya dilakukan untuk melengkapi dan memperbarui data yang ada. Secara umum data yang dibutuhkan dapat digolongkan

dalam 2 (dua) kategori yakni: data untuk pemodelan transportasi dan data untuk meramalkan pola pengembangan sistem jaringan transportasi dimasa yang akan datang. Data yang digunakan untuk memodelkan sistem jaringan transportasi regional yang terdiri dari:

1. Data sosioekonomi, yang meliputi data dari kegiatan ekonomi dan data terkait lainnya yang disusun menurut Kabupaten/Kota.
2. Data tata ruang yang meliputi data penggunaan lahan per jenis kegiatan, pola penyebaran lokasi kegiatan, besaran penggunaan ruang dan pola kegiataanya.
3. Data permintaan transportasi, yang merangkum karakteristik perjalanan di daerah yang akan di studi.
4. Data Jaringan transportasi, yang merangkum data mengenai kondisi dan tingkat pelayanan jaringan transportasi yang berada di dalam daerah studi, baik ruas maupun simpul pada jaringan jalan yang dioperasikan serta identifikasi kondisi simpul-simpul transfer antara moda lain dengan jaringan jalan.
5. Data kondisi sungai-sungai, danau dan lintas penyeberangan
6. Data gambar simpul-simpul transportasi

STRATEGI DAN METODE

Strategi yang diperlukan dengan melihat pola pengembangan sistem transportasi, antara lain terdiri dari:

1. Dokumen perencanaan dan rencana pengembangan atau tata ruang wilayah (RTRW) baik di *level* Nasional, Propinsi dan Kota, khususnya besaran-besaran teknis yang dapat digunakan untuk memprediksikan kebutuhan

perjalanan dan kebutuhan sarana serta prasarana jalan untuk mendukung pelaksanaannya.

2. Dokumen peraturan-peraturan yang terkait,
3. Konsep dan besaran teknis dari sejumlah rencana pengembangan sistem jaringan transportasi dari beberapa sumber studi terdahulu untuk kemudian dikembangkan lebih lanjut sebagai alternatif skenario.
4. Studi-studi terkait lainnya.
5. Hasil Survei Karakteristik & Kinerja ASDP, umumnya proses pengumpulan data mengenai kondisi, sifat maupun unjuk kerja obyek survei yang antara lain terdiri dari Survei muatan, Survei volume lalu lintas, Survei kedatangan & keberangkatan kapal, Survei produktivitas angkutan, Survei kecepatan sarana, Survei tarif, Survei trayek

Hasil tersebut kemudian dianalisis awal yang merupakan kegiatan untuk menginterpretasi sejumlah data yang diperoleh dari survei. Kegiatan ini dilakukan untuk:

1. Memverifikasi kualitas dan jenis data yang diperoleh; sebagai awal untuk memodelkan sistem pendukung jaringan transportasi.
2. Mengidentifikasi sejumlah permasalahan yang ada di dalam sistem pendukung jaringan transportasi darat, sungai dan penyeberangan, yang dituangkan dalam bentuk numerik, uraian ataupun visual/gambar.
3. Membentuk basis data yang operatif untuk digunakan dalam proses pemodelan dan analisis.
4. Melakukan pre-analisis untuk membentuk konsep pengembangan

jaringan transportasi sungai yang terintegrasi dengan jaringan transportasi lain.

Metode yang digunakan

1) Metode Penentuan Lokasi

Metode Delphi adalah cara mendapatkan informasi, membuat keputusan, menentukan indikator, parameter dan lain-lain yang reliabel dengan mengeksplorasi ide dan informasi dari orang-orang yang ahli di bidangnya, yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh ekspertis atau praktisi yang kompeten di bidang yang akan diteliti, kemudian hasil kuesioner ini direview oleh pihak fasilitator atau peneliti untuk dibuat summary, dikelompokkelompokkan, diklasifikasikan dan kemudian dikembalikan pada ekspertis dan praktisi yang sama untuk direview, direvisi dan begitu seterusnya dalam beberapa tahap yang berulang.

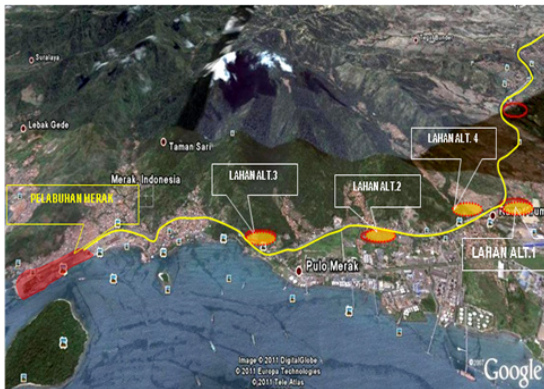
Dengan metode seperti ini, partisipan yang meliputi ekspertis dan praktisi dapat memberikan pendapat dan opini dengan bebas dan objektif, tanpa takut disalahkan, bahkan dapat merevisi pendapat mereka yang sebelumnya. Sehingga hasil diskusi yang diperoleh dapat bersifat sereliabel mungkin.

Adapun langkah- langkah dalam metode ini 1. Tentukan periode waktu; 2. Tentukan jumlah putaran pengambilan pendapat; 3. Tentukan apa saja yang akan didefine; 4. Tentukan ahlinya; 5. Tentukan input apa yang akan diharapkan dari mereka; 6. Review literatur oleh para ahli tersebut (kriteria dan tujuan); 7. Pelaksanaan sesi diskusi dan feedback iteratif bersama ekspertis; 8. Perumusan hasil dari sesi diskusi dengan pengelompokan,

pengkategorian, ataupun pemeringkatan; 9. Menyetakati hasil diskusi dan *feedback*. Pengambilan *input*, *review*, diskusi dan sebagainya dapat dilakukan dengan pertemuan tatap muka, via telepon, *e-mail*, sampai dengan *e-meeting*.

2) Analisis Lokasi

Secara umum perencanaan/pengembangan sarana pendukung terminal *Check in* pelabuhan Merak lebih dominan berorientasi kepada kepentingan umum yaitu untuk menyiagakan lokasi rest area sebagai kantung parkir tunggu. Sarana pendukung pelabuhan ini pada perencanaan pengembangan dilakukan secara bertahap dan terpadu. Pengembangannya memberikan kemanfaatan langsung pada lokasi pelabuhan secara komprehensif serta diarahkan pada pelabuhan sebagai prasarana umum yang menunjang perkembangan sosial ekonomi daerah dan nasional, guna memperoleh kemanfaatan menyeluruh.



Gambar 4: Alternatif Lokasi Terminal
Check in

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam perencanaan sarana pendukung pelabuhan ini, diantaranya kebutuhan akan ruang dan lahan, perkembangan ekonomi daerah *hinterland* pelabuhan,

perkembangan industri yang terkait pada pelabuhan, arus dan komposisi barang yang ada dan diperkirakan, jenis dan ukuran kapal, hubungan transportasi darat dan perairan dengan *hinterland*, akses dari dan menuju laut, potensi pengembangan fisik, aspek nautis dan hidraulik, keamanan/keselamatan dan dampak lingkungan, analisis ekonomi dan keuangan serta fasilitas dan struktur yang ada. Sarana pendukung terminal *Check in* pelabuhan ini terdiri dari gudang, lapangan penumpukan, terminal, pertokoan dan jalan. Adapun alternative solusi penentuan lokasi akan di buat kriteria tolok ukur sebagai berikut

Kriteria dan Tolok Ukur

Kriteria dan tolok ukur yang dipergunakan menilai lokasi faktor kondisi faktual dan kondisi yang akan datang dengan bobot 60 : 40. Apabila sempurna maka akan mendapatkan nilai 100 dan tidak layak apabila nilai < 40. Yang termasuk pada Kriteria dan Tolak Ukur kondisi saat ini antara lain:

I. Kondisi Lokasi	Scoring 20
II. Legalitas Lokasi	Scoring 15
III. Prasarana Dalam	Scoring 10
IV. Prasarana Luar	Scoring 15

Sedangkan yang termasuk kondisi yang akan datang diantaranya :

I. Orientasi Market & Pengelolaan	Scoring 15
II. Penyiapan Lahan thd Pembangunan	Scoring 25

Untuk membuat pembobotan dalam penilaian dapat dikelompokkan dari resiko, pembiayaan dan kenyamanan, orientasi terhadap market dan pengelolaan. Untuk membuat penilaian masing-masing disiplin ilmu yang terlibat didalam penilaian

diantaranya dilihat dari sisi Ahli Planologi, Ahli Hukum Agraria, Ahli Ekonomi, Ahli Arsitektur /Teknik Sipil, Ahli Sosiologi. Masing – masing bertugas memberikan penilaian secara obyektif dan agar lokasi yang masuk kategori layak bisa dilakukan keputusan-keputusan oleh direksi PT.ASDP Indonesia Ferry. Sehingga dalam waktu tidak terlalu lama pembangunan Terminal Chek In Pelabuhan Merak dapat segera terwujud dan permasalahan rutin kemacetan hari-hari besar & liburan sekolah di Pelabuhan Merak dapat segera teratasi.

Prosedur Delphi

Prosedur metode Delphi dimulai dengan pengembangan pertanyaan Delphi Langkah ini dimulai dengan memformulasikan garis besarpertanyaanoleh pembuatan keputusan. Jika responden tidak mengerti garis besar pertanyaan maka masukan proses adalah tidak relevan. Elemen kunci dari langkah ini adalah mengembangkan pertanyaan yang dapat dimengerti oleh responden. Anggota staf harus menginterview pembuat keputusan benar – benar jelas mengenai pertanyaan yang dimaksud dan bagaimana informasi tersebut akan digunakan.

Penggunaan formulasi questioner ini akan digunakan sebagai alat untuk memperoleh data dan informasi Penilaian Kecenderungan Tenaga Ahli yang pelaksanaan dilakukan oleh lima orang tenaga ahli, dan untuk memudahkan masing- masing tenaga ahli ditandai dengan warna yang berbeda. Berikut tabel Tabel Penilaian Kecenderungan Tenaga Ahli.

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penilaian Pembobotan

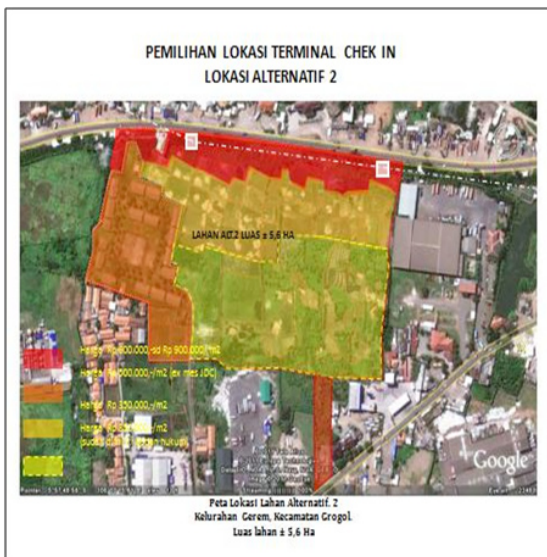


Gambar 5: Lokasi Alternatif 1

Penilaian Lokasi Alternatif 1 mendapat *scoring* sebesar 81 (delapan puluh satu), yang memperkuat lokasi Alternatif 1 antara lain: Letak / posisi lahan masih berada disisi kiri jalan menuju Pelabuhan Merak sehingga mengurangi gangguan dan kemacetan serta didalam lokasi terdapat sumber air bersih yang dipergunakan oleh umum/ dijual yang dapat mencukupi kebutuhan air bersih kegiatan terminal yang akan dibangun dilokasi alternative.1, serta lokasi mendapat dukungan dari pematangan lahan masih kategori sedang karena harus membiayai urugkan yang cukup tinggi untuk mendapatkan lahan yang ideal sebagai terminal chek. Tetapi keuntungan lokasi ini memiliki produktifitas tinggi (seluruh lahan dapat dipergunakan tanpa adanya pengurangan karena kondisi permukaan lahan). Lokasi ini juga memiliki view ke Situ / Danau disisi lokasi akses masuk dari jalan tol yang mengakibatkan pengurangan nilai karena lokasi alternative.1 didalam legalitas lahan. Lokasi ini masih dimiliki beberapa orang hingga >100 orang yang

biasanya dalam musyawarah harga memakan waktu apabila harga tidak sesuai yang mereka harapkan. Lokasi Alternatif. 1 ini juga berada pada jarak yang paling jauh diantara lokasi lainnya. Tetapi lokasi masih dapat ditempuh kurang dari 20 menit dari Pelabuhan Merak sebagai acuan aksesibilitas lahan. Lokasi Lahan ALternatif. 1 Wilayah Kelurahan Tegalwangi, Kecamatan Grogol. Kota Cilegon Luas lahan $\pm 8,5$ Ha.

Lokasi Alternatif. 2



Gambar 6: Lokasi Alternatif 2

Penilaian Lokasi Alternatif 2. mendapat *scoring* sebesar 80 (delapan puluh), yang memperkuat lokasi Alternatif. 2 antara lain: Letak / posisi lahan masih berada disisi kiri jalan menuju Pelabuhan Merak sehingga mengurangi gangguan dan kemacetan serta lokasi mendapat dukungan dari pematangan lahan masih kategori ringan karena pembiayaan urugan masih kategori ringan supaya lokasi bisa mendapatkan lahan yang ideal sebagai terminal *chek in*. Hampir seluruh lahan

dapat dipergunakan walaupun sisi depan terpotong oleh SUTET sehingga adanya pengurangan karena kondisi permukaan lahan. Lokasi ini juga memiliki lokasi jarak yang ideal tidak terlalu jauh atau dekat yang mengakibatkan pengurangan nilai karena lokasi alternative 2 didalam legalitas lahan. Lokasi ini luasnya tidak akan mencukupi kebutuhan dan sulit mendapatkan harga yang wajar karena didalam telah dimiliki oleh perusahaan kelompok pengusaha kuat adanya bangunan ex mess karyawan dengan harga relative mahal serta lahan masih dimiliki beberapa orang hingga >50 orang yang biasanya dalam musyawarah harga memakan waktu apabila harga tidak sesuai yang mereka harapkan. Lokasi Alternatif. 2 ini juga berada ditengah diantara lokasi lainnya. Tetapi lokasi masih dapat ditempuh kurang dari 20 menit dari Pelabuhan Merak sebagai acuan aksesibilitas lahan. Lokasi Lahan ALternatif. 2 Wilayah Kelurahan Gerem, Kecamatan Grogol. Kota Cilegon Luas lahan $\pm 5,6$ Ha.

Lokasi Alternatif. 3



Gambar 7 : Lokasi Alternatif 3

Penilaian Lokasi Alternatif 3. mendapat *scoring* sebesar 42. (empat puluh dua).

Lahan dimiliki oleh satu orang dan status kepemilikan Sertifikat Hak Milik. Lahan berada paling dekat dengan Pelabuhan Merak walaupun berada disisi kanan jalan menuju pelabuhan Merak, Lokasi ini juga memiliki lokasi jarak yang ideal tidak terlalu jauh/ atau dekat. Lokasi Alternatif. 3 ini juga berada paling dekat diantara lokasi lainnya. Serta lokasi dapat ditempuh kurang dari 15 menit dari Pelabuhan Merak sebagai acuan aksesibilitas lahan. Lokasi memiliki deposit > 2juta kubik tanah dan batuan yang mengakibatkan pengurangan nilai karena lokasi alternative.3 yang kurang memperkuat lokasi Alternatif. 3 antara lain: Letak / posisi lahan berada disisi kanan jalan menuju Pelabuhan Merak sehingga dapat mengakibatkan gangguan dan kemacetan didalam legalitas lahan. Lokasi ini sulit diolah karena berada dataran tinggi yang memiliki kandungan batu keras sehingga untuk meratakan lahan tidak dapat maksimal/ lahan produktif <50% dari luas yang tersedia. Sehingga harga tanah matang menjadi mahal dan tidak sesuai yang mereka diharapkan. Sebagian Lokasi juga bukan pada lingkungan pelayanan jasa atau Kawasan konservasi lahan hijau. Lahan membutuhkan waktu lama untuk meratakan menjadi lahan siap bangun juga membutuhkan rekayasa engineering dan peralatan berat dengan turap minimal menggunakan sistym Skyhook/ angkur dalam. Lokasi Lahan ALternatif. 3 Wilayah Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Pulomerak. Kota Cilegon Luas lahan $\pm$ 7,8 Ha.

Lokasi Alternatif. 4



Gambar 8 : Lokasi Alternatif 4

Penilaian Lokasi Alternatif 4. mendapat *scoring* sebesar 65 (enam puluh lima). Lahan dimiliki oleh satu orang dan status kepemilikan Sertifikat Hak Milik. Lahan berada paling dekat dengan Pelabuhan Merak walaupun berada disisi kanan jalan menuju pelabuhan Merak, Lokasi ini juga memiliki lokasi jarak yang ideal tidak terlalu jauh atau dekat. Lokasi Alternatif 4 ini juga berada paling dekat diantara lokasi lainnya. Serta lokasi dapat ditempuh kurang dari 15 menit dari Pelabuhan Merak sebagai acuan aksesibilitas lahan. Lokasi memiliki deposit > 2juta kubik tanah dan batuan yang mengakibatkan pengurangan nilai karena lokasi alternative.4 yang kurang memperkuat lokasi Alternatif. 4 antara lain: Letak / posisi lahan berada disisi kanan jalan menuju Pelabuhan Merak sehingga dapat mengakibatkan gangguan dan kemacetan didalam legalitas lahan. Lokasi ini sulit diolah karena berada dataran tinggi yang memiliki kandungan batu keras sehingga untuk meratakan lahan tidak dapat maksimal/ lahan produktif <50% dari luas

yang tersedia. Sehingga harga tanah matang menjadi mahal dan tidak sesuai yang mereka diharapkan. Sebagian Lokasi juga bukan pada lingkungan pelayanan jasa atau Kawasan konservasi lahan hijau. Lahan membutuhkan waktu lama untuk meratakan menjadi lahan siap bangun. Lokasi Lahan ALternatif. 4 Wilayah Kelurahan Tegalwangi, Kecamatan Grogol. Kota Cilegon Luas lahan ± 9 Ha.

Teknik Evaluasi Delphi

Teknik evaluasi Delphi merupakan salah satu alat dari teknik evaluasi yang digunakan para pembuat kebijakan dan administrator merupakan salah satu sumber nilai, karena semua pihak yang mempunyai andil dalam memformulasikan dan mengimplementasikan kebijakan dilibatkan dalam merumuskan tujuan dan target di mana kinerja nantinya akan diukur.

Rencana kebijakan tersebut berkaitan erat dengan ahli-ahli bidang tertentu. Karena dari setiap ahli pada bidang tertentu akan dapat mengeluarkan aspirasinya yang memiliki kemampuan dari segi yang didalamnya. Selain itu, metode ini tidak memperhatikan nama dari ahli untuk mencegah pengaruh besar satu anggota terhadap anggota yang lainnya, dan memiliki waktu yang cukup untuk mempertimbangkan masing – masing bagian dan jika perlu melihat informasi yang diperlukan untuk mengisi kuisioner sehingga dapat menghindari tekanan social psikologi. Adapun hasil akhir dari Penilaian Kecenderungan yang dilakukan tenaga ahli untuk semua lokasi alternatif dengan nilai pembobotan yang telah diperhitungan didapatkan hasil bahwa baik dalam nilai pembobotan dan nilai Delphi

ternyata Lokasi 1, Letak di Kelurahan Tegalwangi, Kecamatan Grogol. memiliki nilai yang lebih besar dibanding dengan 3 lokasi alternatif yang lain.

Tabel 1

TABEL HASIL REKAPITULASI PETODE PEMBOBOTAN DAN METODA DELPHI
PEMILIHAN LOKASI UNTUK PENGADAAN TERMINAL CHECK IN PELABUHAN MERAK

NO	ALTERNATIF	PEMBOBOTAN						DELPHI					
		Ar	Tr	MP	Ek	Tr	RATA2	Ar	Tr	MP	Ek	Tr	RATA2
1	LOKASI 1	414	430	422	436	424	425	34	39	39	37	37	37
2	LOKASI 2	390	388	384	382	370	383	27	26	26	24	26	26
3	LOKASI 3	266	257	260	269	249	260	10	9	9	11	10	10
4	LOKASI 4	354	366	352	332	322	345	27	27	24	20	18	23

PENUTUP

Karakteristik Terpilih LOKASI 1

Lokasi Kelurahan Tegalwangi, Kecamatan Grogol. Luas lahan $\pm 8,5$ Ha

- 1) Posisi berada disisi kiri jalan dari arah Jakarta dan ± 500 meter sebelum keluar dari pintu jalan tol. Akses sangat feasibel dari Jalan Raya menuju ke Pelabuhan Merak yang berjarak kira-kira 5 km dari Pelabuhan Merak.
- 2) Konsekwensi penggunaan lokasi ini perlu koordinasi perijinan ke pemerintah pusat sehingga dapat akses langsung dari jalan tol. Karena memiliki akses dua titik keluar masuk dari jalan Raya Merak dan Jalan Tol Merak – Jakarta.
- 3) Memiliki dan dapat memanfaatkan View Situ/ Rawa milik Pemerintah Kota Cilegon.
- 4) Lokasi lahan terdapat mata air/ sumber air bersih dan layak minum dengan perkiraan debit dapat mencukupi kebutuhan air bersih didalam lokasi.
- 5) Kepemilikan lahan masih dimiliki oleh penduduk setempat dan belum ada sertifikat yang bermasalah atau milik perusahaan.
- 6) Harga lahan bervariasi terutama harga

tanah darat yang akan dipergunakan jalan masuk dari Jalan Raya Merak, tanah untuk jalan masuk masih ideal merupakan tanah darat bisa dijadikan deposit urugan sampai diketebalan 2-3m, lahan ini ditawarkan antara Rp 1.200.000,-s.d Rp 1.300.000,- per m² maksimum luas lahan $\pm$ 18.000 m². sedangkan lahan darat dibelakangnya Rp 900.000,-s.d Rp 1.000.000,- per m² kira-kira seluas $\pm$ 12.000 m². untuk lahan sawah seluas $\pm$ 80.000 m² ($\pm$ 8 ha) harganya antara Rp 200.000,- sd. Rp 350.000,- per m². Kepemilikan lahan rata-rata per orang antara 5.000 -6.000 m² tetapi juga ada yang luasnya 10.000 m² hanya beberapa orang.

Daftar Pustaka

- B. H. Boar, *The Art for Strategic Planning for Information System*, Second Edition ed. John Wiley and Son's Inc., 2001.
- C. Hsu and B. Sanford, "The Delphi Technique: Making Sense Of Consensus," Practical Assessment, Research and Evaluation, vol. 12, 2007.
- California Department Of Transportation, Background/History Of Caltrans' Activities To Develop Public/Private Partnerships At Srras In California, 2007
- Daniel J.Power, *Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers*, GreedwoodPublishing Group, 2002
- Eto,Hajime: *The suitability of technology forecasting/ foresight methods for decision systems and strategy*. A Japanese view, in: Technological Forecasting and Social Change, no. 70 (2003).
- G. Anthony Gorry dan Michael S. Scott (2011): *Management Decision Systems: A Framwork for Management Information Systems*, Nabu Press, 2011.
- Häder, Michael and Häder, Sabine (1995): *Delphi und Kognitionspsychologie: EinZugang zur theoretischen Fundierung der Delphi-Methode*, in: ZUMA-Nachrichten, vol.37, 19. November 1995.
- Keen, P. G. W. (1978). *Decision support systems: an organizational perspective*. Reading, Mass., Addison-Wesley Pub. Co. [ISBN 0-201-03667-3](#)
- Linstone, H. A. with Mitroff, I. I. (1994): *The Challenge of the 21st Century: Managing Technology and Ourselves in a Shrinking World*, Albany: State University of New YorkPress.
- Martino, J.P. (1983): *Technological Forecasting for Decision Making*, 2nd edition, North Holland, New York, Amsterdam, Oxford.
- Tata Cara Penentuan Lokasi Tempat Istirahat di Jalan Bebas Hambatan,Undang-undang No 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan jalan
- Woudenberg, F. (1991): *An Evaluation of Delphi*, in: *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 40.

Pengaruh Kepemimpinan, Pemberdayaan, dan Stres Kerja Terhadap Komitmen Organisasional serta dampaknya terhadap Kinerja Dosen

Idayanti Nursyamsi

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, Makassar

idayanti_uh@yahoo.com

Abstract

This research aimed to examine the effects of leaderships, empowerments and working pressures towards organizational commitment as well as its impact on lecturers' performance. This is a descriptive research with populations of 143 lecturers of Economics and Business Faculty, Hasanuddin University. Selected samples were 100 lecturers obtained through cluster sampling, stratified sampling and proportionate random sampling techniques. Method of analysis used in this research was path analysis processed with SPSS program version 20.0. The result of research shows that there are directly positive and significant effects between leaderships and empowerments towards organizational commitment and lecturers' performances, while variable of working pressures has directly negative and significant effects towards organizational commitment and lecturer's performance. Variable of empowerment has the most dominant contribution and directly affecting, even if it is seen by indirect effects.

Keywords : *leaderships, empowerments, working pressures, organizational commitment, lecturers' performance*

PENDAHULUAN

Sejak awal Tahun 1990-an dengan adanya pengaruh globalisasi yang menyebar ke arah penjuru dunia membawa angin perubahan terhadap organisasi. Globalisasi tidak dapat dihindari dan memberikan dampak terhadap semua aspek kehidupan. Pada negara berkembang, proses adopsi globalisasi tidak dapat diabaikan begitu saja. Dengan adanya perubahan pada lingkungan kerja akan memberikan dampak kepada para sumber daya manusia dari suatu organisasi (Kendall, *et al*, 2000). Peran dari sumber daya manusia merupakan basis dari *core competence* yang memiliki *competitive advantage* yang tinggi dan paling sulit

ditiru yang dapat meningkatkan efektivitas dari suatu organisasi (Cascio, *et al*, 1997). Perguruan tinggi adalah pilar utama yang berfungsi sebagai penyanggah sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Unsur penting dalam menggerakkan roda dari suatu perguruan tinggi adalah dosen. Kinerja dosen dari suatu perguruan tinggi dapat diuraikan dan diwujudkan ke arah peningkatan kinerja dosen yang mendukung pengembangan tujuan pendidikan nasional yang tercantum dalam Undang Undang Sisdiknas No. 20 Tahun 2003.

Dosen sebagai salah satu faktor strategis yang menggerakkan secara operasional dari suatu perguruan tinggi mempunyai peran

yang cukup penting yaitu berkewajiban untuk melaksanakan aktivitas Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai dengan Undang-Undang Guru dan Dosen Nomor 14 Tahun 2005 yang menyatakan bahwa seorang dosen adalah seorang pendidik yang profesional dan bertugas untuk mengembangkan keilmuannya dalam rangka memproses transformasi, pengembangan, menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi serta seni melalui kegiatan tri dharma perguruan tinggi. Keberhasilan seorang dosen sebagai subyek yang melakukan fungsi pengajaran sangat memberikan kontribusi langsung terhadap kinerja dosen secara pribadi (*individual quality*), maupun dilihat dari aspek kelembagaan.

Uwes (1999:11-12) juga turut menyatakan pendapatnya tentang peran penting dari seorang dosen adalah sebagai berikut yaitu seseorang yang memiliki keahlian dan diangkat oleh perguruan tinggi dengan tugas utama melakukan pengajaran pada perguruan tinggi tersebut. Seorang dosen memiliki dampak langsung terhadap proses belajar mahasiswa. Kualitas dari proses belajar mengajar tersebut tergantung dari mutu pertemuan antara seorang dosen dan mahasiswa. Ilmu yang diperoleh tersebut dapat terserap secara empirik maupun secara rasional, serta ketrampilan yang dimiliki memberikan kontribusi langsung terhadap pengembangan keilmuan dari mahasiswanya. Berperan melaksanakan aktivitas kegiatan berupa *transfer of knowledge and attitude*, maupun pengembangan *scientific attitude* mahasiswa.

Unesco (1989:3-4) juga memberikan

penegasan secara langsung tentang peran penting kedudukan seorang dosen dalam setiap kegiatan di suatu perguruan tinggi yang mengibaratkan dosen adalah motor penggerak berbagai aktivitas kegiatan pada suatu perguruan tinggi. Keterlibatan dosen yaitu pada dua hal yaitu (a) sifat organisasi perguruan tinggi dan (b) fungsi dosen pada perguruan tinggi. Sesuai dengan PP No. 60 Tahun 1999 pasal 101 (ayat 2) menyatakan bahwa dosen merupakan seorang yang memiliki pendidikan dan keahlian dan diangkat oleh penyelenggara PT yang bersangkutan.

Dalam mendukung kinerja suatu perguruan tinggi tak dapat diabaikan begitu saja peran dari seorang *leadership*. Efektivitas dari suatu organisasi sangatlah ditentukan oleh peran seorang *leader guiding* yang akan membawa anggota organisasi dan kelompok ke arah pencapaian tujuan, visi dan misi dari suatu organisasi (Thompson, 2000). Lanjut lagi dijelaskan bahwa Thompson's memdefinisikan bahwa pengaruh seorang *leader* dapat memberikan sosial efek secara *personal approach, authentic style* dan *two way communication*. Seorang *leader* memberikan arahan kepada bawahannya dan petunjuk kepada bawahannya, sehingga nantinya pengikutnya bisa menerima dan mengimplementasikan tujuan dan sasaran dari suatu organisasi. Seorang *leader* dalam suatu organisasi adalah person yang menyusun target dan memberikan motivasi terhadap pencapaian target dan tujuan dari suatu organisasi.

Penelitian tentang pemberdayaan dosen telah menarik perhatian para peneliti sejak beberapa waktu dekade yang lalu. Kajian tersebut muncul dalam studi

literatur sejak Tahun 1980-an. (Edwards, *et al*, 2002). Mempelajari tentang *teaching empowerment* akan memberikan dampak secara langsung terhadap *organizational outcomes*. Pembahasan tentang topik ini dikaji oleh Sweetland dan Hoy (2000) yang mempelajari dan menguji hubungan tentang *teacher empowerment* dan *organizational dan personal characteristics*. Penelitian tentang *teacher empowerment* juga dikaji oleh beberapa peneliti lainnya yang membahas tentang bagaimana perilaku teacher pada organisasi pendidikan yang memberikan kontribusi terhadap kinerja *educational organization* (Howell & Dorfman, 1986; Diefendorff, *et al*, 2002). Menurut Maeroff (1988) topik tentang *teaching empowerment* adalah terdiri dari bagaimana meningkatkan *status, increased knowledge* dan *access* kepada *decision making*. Selanjutnya memperdalam penelitian tentang *teaching empowerment* juga dilakukan oleh Short dan Rinchart (1992) yaitu peran penting dalam *teaching empowerment* diidentifikasi dengan enam indikator secara komprehensif, yaitu *decision making, profesional growth, status, self efficacy, autonomy* dan *impact*.

Pada saat ini, pekerja dari suatu organisasi menghadapi adanya perubahan *cultures, languages, rules and new regulations* secara internasional yang berdampak terhadap adanya beban kerja, meningkatnya tekanan yang membutuhkan *job skills* yang lebih baik dan *long working hours* (Cooper, 2006). Tekanan – tekanan tersebut pada akhirnya memberikan dampak kepada *job stress* dari pekerja dari suatu organisasi (Wilhelm, *et al*, 2004). Cukup banyak studi literatur yang membahas topik *job stress* yang terjadi pada *education organization*,

utamanya yang bekerja sebagai teachers. Studi pada beberapa negara, baik pada negara Swedia, UK, maupun pada Malaysia mengidentifikasi bahwa *job stress* timbul oleh adanya *big classroom sized, long working hours, distractive student's behavior, overload demand, rapid school reformation* (Wahlund and Nerrel, 2004). Kyriacou (2001) juga melaporkan hasil penelitiannya yang membahas tentang *job stress* yang dialami oleh teachers di UK yaitu oleh adanya *negative student's behavior, stressful working condition, working time pressure, and lower school ethic*. Komitmen organisasional seorang dosen memberikan implikasi secara langsung terhadap sejumlah outcomes dari suatu organisasi. Komitmen organisasional seorang pegawai merupakan suatu fenomena yang bisa memberikan berbagai perubahan dalam suatu organisasi.

Hawkins (1999) menyatakan bahwa sikap karyawan terhadap organisasi tempat mereka bekerja merupakan suatu komitmen. Hal ini juga dinyatakan secara tegas oleh Kreiner and Kinicki (2003 : 274) yang berpendapat bahwa *organizational commitment* merupakan suatu sikap individual mengidentifikasikan dirinya dengan tujuan organisasi di mana mereka bekerja. Pada umumnya karyawan mempercayai bahwa dengan memberikan komitmen kepada pekerjaannya adalah merupakan suatu pusat hidup karyawan tersebut (Lapierre and Hausdorf, 2001). Ada lima pendekatan yang dapat digunakan untuk menggerakkan komitmen organisasional karyawan menurut Leed dalam Solihin (2010), yaitu (1) *Understanding employee work value*; (2) *Communication job performance standard*; (3) *Linking*

performance to reward; (4) Providing effective performance evaluations; (5) Offering supporting for managers and supervisory

Cukup banyak aturan yang mengatur tentang kinerja dosen diantaranya yaitu Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen; Keputusan Menteri Pendidikan Negara Koordinator Bidang Pengawasan Pembangunan dan Pendayagunaan Aparatur Negara No. 38/KEP/MK. WASPAN/ 8/ 1999 Tentang Jabatan Fungsional Dosen dan Angka Kreditnya; Lebih lanjut dijelaskan oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 37 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan yang dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Di samping itu dalam Buku Pedoman Operasional Penilaian Angka Kredit Kenaikan Jabatan Fungsional Dosen Ke Lektor Kepala Dan Guru Besar Tahun 2009 yang dikeluarkan oleh Departemen Pendidikan Tinggi Direktorat Pendidikan Tinggi menyatakan bahwa ada 3 tiga unsur utama Tri Dharma Perguruan Tinggi yang

menjadi tolak ukur kinerja dosen yaitu :
(a) Melaksanakan kegiatan Pendidikan dan Pengajaran, (b) Menghasilkan karya ilmiah, (c) Melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.

Pada “ *existing condition*” masih adanya dosen yang belum optimal melaksanakan kegiatan tri dharma perguruan tinggi, seperti masih belum terpenuhinya kuota mengajar sebanyak 12 sks, kegiatan penelitian masih sangat rendah, belum terpenuhinya kegiatan pengabdian masyarakat per tahun yang dilakukan oleh seorang dosen, masih rendahnya minat dosen untuk mengurus pangkat fungsional, dan belum optimalnya fungsi pelatihan dan pengembangan dosen utamanya dalam mencapai studi lanjut, masih kurangnya dukungan informasi teknologi dalam memback up proses pembelajaran, metode mengajar belum maksimal, dukungan pendanaan juga belum mampu menunjang proses tri dharma perguruan tinggi, peran alumni belum maksimal mendukung keberlanjutan prodinya, penciptaan budaya akademik dan iklim kerja yang belum efektif, sehingga menjadi bahan kajian pada penelitian ini. Data-data empiris disajikan pada Tabel 1.1. berikut ini :

Tabel 1.1. Jumlah Dosen, Beban SKS, Jumlah Penelitian, Jumlah Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahun	Jumlah Dosen	Rerata Beban SKS/ Semester	Jumlah Penelitian	Rerata Penelitian/ Tahun	Jumlah Kegiatan Pengabdian	Rerata Pengabdian/ Tahun
2007	623	9	277	0,44	87	0,14
2008	650	9	305	0,47	102	0,16
2009	678	10	312	0,46	157	0,23
2010	687	12	337	0,49	166	0,24
2011	689	12	361	0,52	179	0,26

Sumber: Kantor Kopertis Wilayah IX Sulawesi, 2012.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam meniti keberhasilan suatu organisasi peran pemimpin merupakan suatu syarat kunci yang menjadi pilar keberhasilan suatu organisasi. Penelitian dengan topik kepemimpinan telah mulai dirintis sejak Tahun 1939 oleh Kurt Lewin yaitu berpendapat bahwa kepemimpinan terdiri atas : *authoritarian or autocratic, democratic or participative, and laissez – faire or passive*. Tipe dari kepemimpinan berbeda- beda yaitu tipe *authoritarian leader* adalah tipe kepemimpinan di mana seorang leader membuat semua keputusan penting dalam suatu organisasi; *democratic leader* adalah tipe kepemimpinan di mana seorang leader dan follower berada dalam posisi team input dan sebagai *group descussion and decision making*; tipe *laissez faire* adalah tipe di mana seorang leader lebih memberi keleluasan follower untuk membuat keputusan.

Pendapat dari Yukl (1994) juga mengungkapkan bahwa seorang pemimpin yang efektif mampu untuk mempengaruhi para pengikutnya agar memiliki rasa optimisme yang besar, rasa percaya diri, serta memiliki komitmen yang tinggi kepada pencapaian tujuan dan tak lupa ke arah keberhasilan pencapaian visi dan misi dari suatu organisasi.

Tak luput pula peran penting dari variabel kepemimpinan didukung oleh adanya konsep yang dikemukakan oleh Bass (1985) yang menyatakan bahwa kepemimpinan dan keberhasilan kinerja suatu organisasi tak luput dari adanya suatu proses yang dapat memberikan pengaruh kuat terhadap sikap dan asumsi para anggota organisasi

dan membangun komitmen terhadap pencapaian dari suatu visi, misi dan tujuan organisasi. Dengan adanya ungkapan tersebut memberikan indikasi bahwa kemampuan seorang pemimpin untuk mendefinisikan dan memberikan nilai artikulasi terhadap pencapaian suatu visi, misi, dan tujuan organisasi dan juga tak kalah pentingnya yaitu follower mau menerima misi dan tujuan dari suatu organisasi. Konsep Bass (1985) juga memperkenalkan tentang *transformational leaders* yang lebih disukai bersikap *proactive* apabila dibandingkan dengan sikap *reactive* dalam *thinking, more creative, novel, innovative* dalam mengembangkan ide. Transactional leaders lebih mengarah kepada *equally intelligent*, tapi pada prinsipnya tipe kepemimpinan ini lebih fokus kepada *how to keep the system for which they are responsible running, reacting to problems, observed deviances and looking to modify conditions as needed*.

Sejak beberapa dekade yang lalu, pemberdayaan guru dan dosen telah menarik perhatian peneliti yang tertarik untuk melihat keberhasilan suatu organisasi. Penelitian tentang pemberdayaan guru dan dosen telah dimulai sejak tahun 1980-an (Edwards, Green, & Lyson, 2002). Lebih lanjut lagi, Short, Greer & Melvin (1994) mendefinisikan kata pemberdayaan sebagai suatu proses di mana partisipasi dari guru dan dosen dapat lebih mampu mengembangkan kompetensi yang dimilikinya dan mereka mampu untuk mengembangkan diri serta mampu untuk memecahkan masalah mereka sendiri. Dengan adanya konsep pemberdayaan guru dan dosen, maka Short (1994a) menjelaskan secara detail bahwa ada beberapa dimensi yang dapat

mempengaruhi tingkat keberhasilan kinerja seorang guru dan dosen yaitu dilihat dari aspek : *decision making*, profesionalisational *growth*, *self – efficacy*, *autonomy*. Penelitian selanjutnya oleh Sweetland & Hoy (2000) merekomendasi bahwa ada 4 supporting asumsi yang akan mengembangkan seorang guru dan dosen, yaitu *professionalism*, *organizational dan classroom*, *technology of teaching and learning*, *authentic*

Pengklasifikasian pemberdayaan dapat ditinjau dari sudut pandang Appelbauem, *et al* ., (1999) menyatakan bahwa pemberdayaan karyawan memiliki empat karakteristik umum, yaitu :(1) *Self determination*, yaitu perasaan seorang karyawan untuk bebas melakukan pilihan tentang bagaimana mereka melakukan pekerjaan mereka sendiri; (2) *Meaning*, yaitu mereka menganggap penting pekerjaan yang mereka lakukan; (3) *Competence*, berupa kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan baik; (4) *Impact*, yaitu berupa rasa percaya bahwa unit kerja dapat dipengaruhi dan mau mendengarkan ide-ide karyawan.

Jandaghi, *et al* (2010), memiliki pernyataan bahwa pemberdayaan karyawan secara umum memiliki sejumlah kapabilitas sebagai berikut yaitu : 1) mampu membuat keputusan sendiri; 2) memiliki akses nformasi terhadap informasi dan sumber daya dalam mendukung keputusan; 3) memiliki sejumlah alternatif pilihan dari keputusan yang akan dibuat; 4) kemampuan untuk melakukan latihan dalam mengambil suatu keputusan; 5) memiliki kemampuan untuk berubah dan selalu bersikap *positive thinking*; 6) kemampuan untuk

meningkatkan skills; 7) kemampuan untuk merubah persepsi untuk lebih demokratis; 8) Terlibat dalam proses pengembangan dan perubahan.

Telah banyak teori yang telah dinyatakan secara terkonseptualisasi dengan topik pemberdayaan. Dapatlah ditarik suatu kesimpulan bahwa Pemberdayaan kerja merupakan suatu trend pengelolaan sumber daya manusia di masa depan (Mulyadi dan Setyawan, 2001). Konseptualisasi dari pemberdayaan merupakan salah satu cara pengembanagan karyawan melalui *employee involvement* yaitu berupa memberi wewenang, tanggung jawab yang cukup untuk menyelesaikan tugas dan pengambilan keputusan (Herrenkohl, *et al*, 1999).

Adanya perubahan kerja yang terjadi, tipe lingkungan kerja dan mekanisme dari perubahan organisasi yang terjadi secara tidak konsisten dapat menyebabkan tingginya stres kerja dari para pekerja dari suatu organisasi. Akibat dari adanya perubahan yang terjadi bisa menyebabkan terjadinya kerusakan fisik dan mental dari seorang pekerja (Dollard, 2003; Devereux, *et al*, 2004).

Stres merupakan kondisi mental dan fisik yang berhubungan secara langsung dan memberikan pengaruh negatif terhadap produktivitas individu, keefektifan, kesehatan personal dan kualitas kerja (Gill, 2006). Stres kerja merupakan konseptualisasi seorang individu dalam reaksi kerja terhadap karakteristik lingkungan yang akan dihadapi oleh karyawan dan termasuk di dalamnya adalah berupa ancaman yang kemungkinannya juga akan ditemui karyawan dalam bekerja

pada suatu organisasi. Konsekuensi dari stres kerja dapat memberikan indikasi yang mahal dan berbahaya yang bisa muncul. Oleh karena itu, maka limit stres hendaknya memiliki keterbatasan yang dapat dicanangkan sebagai bagian dari fungsi strategis (Savery, 2001). Salah satu fungsi yang dapat mengurangi stres kerja dari karyawan adalah dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan karyawan ((Tracy, 1994).

Salah satu pilar penting dalam membangun biduk organisasi adalah peran penting dari

komitmen organisasi. Komitmen organisasi merupakan salah satu tujuan kunci dalam memelihara dan mengembangkan suatu organisasi.(Yavuz,2010).Kesetiaan seorang karyawan terhadap majikannya perlunya untuk diuji dengan mempertimbangkan faktor komitmen organisasi (Meyer, 1997). Oleh karena itu, tak pelak lagi peran penting dari komitmen organisasi akan mengarah kepada produktivitas kerja, lebih mampu bekerja sesuai kompetensi, loyalitas kerja lebih baik, lebih bertanggung jawab dalam bekerja dan faktor kepuasan kerja karyawan yang akan berujung kepada biaya yang

Tabel 1.2. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

No	Hubungan antar variabel	Hasil penelitian	Referensi	Hipotesa
1	Kepemimpinan → Kinerja	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Wiranata, 2011; Indriani dan Waluyo, 2011; Susanty, Puspasari, Aisyah, 2011; Wati, <i>et al</i> , 2010; Wibowo, 2006.	H1 (+)
2	Pemberdayaan → Kinerja	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Riniwati, 2008; Ariawan, 2007; Rahman, <i>et al</i> , 2007, Praptadi, 2009.	H2 (+)
3	Stres Kerja → Kinerja	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Hidayati, <i>et al</i> , 2008), Suroso dan Siahaan, 2006;, Sunarni dan Istanti, 2007; Sungkawati, 2007; Teddy, 2005.	H3 (-)
4	Kepemimpinan → Komitmen Organisasional	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Desianty (2005), Wibowo (2006), Lumbanraja (2008), Kaihatu dan Rini (2007), Brown (2003, dalam Suhana 2007), Chen (2004)	H4 (+)
5	Pemberdayaan → Komitmen Organisasional	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Khuzaini dan Kaihatu (2008), Praptadi (2009), Ugboro (2006), Karim, dan Rehman (2012), Chen (2007), Hashmi (2012), Prabhakar, dan Ram (2011)	H5 (+)
6	Stres Kerja → Komitmen Organisasional	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Zianuddin dan Riaz khan dan Ahmed Jam dan Hijazi (2010), A Khatibi, Asadi dan Hamidi (2009), Muriman dan Idrus dan Thoyib dan Margono (2008), Assegaf (2005), Eko Soetjipto (2008).	H6 (-)
7	Komitmen → Kinerja	Berpengaruh langsung (<i>direct effect</i>)	Rombe, 2007; Puspasari, 2010; Tangkau, 2009; Elya, <i>et al</i> , 2010; Abdullah dan Arisanti, 2010.	H7 (+)
8	Kepemimpinan → Komitmen Organisasional → Kinerja	Berpengaruh tidak langsung (<i>indirect effect</i>)	Nurjanah (2008), Indriani dan Waluyo.	H8 (+)
9	Pemberdayaan → Komitmen Organisasional → Kinerja	Berpengaruh tidak langsung (<i>indirect effect</i>)	Praptadi (2009)	H9 (+)
10	Stres Kerja → Komitmen Organisasional → Kinerja	Berpengaruh tidak langsung (<i>indirect effect</i>)	Handayani (2008)	H10 (-)

Sumber : Hasil Olahan (2012)

lebih rendah yang akan dikeluarkan oleh suatu organisasi (Balci, 2003). Komitmen organisasi mengindikasikan pengaruh emosional dari seorang karyawan yang berhubungan secara langsung dan melekat dalam suatu organisasi. Secara umum dapatlah dipertimbangkan faktor konstruk yang mencakupi hal tersebut yaitu berupa dilihat dari indikasi *Normative*, *Continuance* dan *Affective Commitment* (Allen and Meyer, 1996). *Normative Commitment* yaitu berupa keharusan seorang karyawan untuk tetap patuh pada aturan yang telah ditetapkan organisasi dan tidak berupaya untuk meninggalkannya; *Continuance Commitment* berupa komitmen yang didasarkan pada kerugian dilihat dari aspek biaya bila meninggalkan organisasi. *Affective Commitment* berupa keterkaitan secara emosional seorang karyawan dalam mengidentifikasi dan melibatkan diri dalam organisasi dan adanya keselarasan antara tujuan pribadi dengan tujuan organisasi.

Dalam mengembangkan hipotesis penelitian, maka Tabel 1.2 mendeskripsikan tentang hubungan antar variabel dan pengembangan hipotesis.

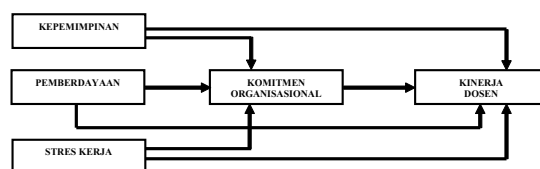
METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dengan mengaambil sampel dari populasi dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama (Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi, 1995). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin berjumlah 143 dosen tetap yang tersebar pada tiga program studi yaitu program studi manajemen, ilmu ekonomi dan akuntansi.

Jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 100 orang berdasarkan pendekatan slovin. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan sampel *cluster sampling* kemudian *proportional stratified random sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) yang merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Variabel bebas yang diukur dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel, yaitu kepemimpinan (X1), pemberdayaan (X2) dan stres kerja (X3), variabel terikat terdiri dari komitmen organisasional (Y1) dan kinerja dosen (Y2). Gambar 1. mendeskripsikan tentang model penelitian secara lengkap dijabarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian



Sumber : Peneliti (2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik populasi responden dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin, kepangkatan, jabatan fungsional, pendidikan terakhir dan masa kerja.

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas memberikan paparan secara lebih komprehensif mengenai deskripsi responden pada penelitian ini yaitu yang dicirikan oleh sampel penelitian dosen laki-laki pada Fakultas Ekononomi dan Bisnis Universitas

Tabel 1.3. Karakteristik Responden

Uraian	Jurusan	Jumlah		Jumlah Frekuensi	%	
Jenis Kelamin		Laki-laki	Perempuan			
	Manajemen	28	16	68	68,0	
	Akuntansi	23	11	32	32,0	
	Ilmu Ekonomi	7	5			
	Total	68	32			
Pangkat/Golongan		Gol. III	Gol. IV			
	Manajemen	14	30	32	32,0	
	Akuntansi	11	23	68	68,0	
	Ilmu Ekonomi	7	13			
	Total	32	68			
Jabatan Fungsional		GB	LK	L	AA	
	Guru Besar (GB)	11	21	10	2	
	Lektor Kepala (LK)	1	22	8	3	
	Lektor (L)	4	12	2	4	
	Asisten Ahli (AA)	16	55	20	9	
Pendidikan Terakhir		S3	S2	S1		
	Manajemen	26	18	0	43	
	Akuntansi	7	26	1	55	
	Ilmu Ekonomi	10	11	1	2	
	Total	43	55	2		
Masa Kerja		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
	2-5 Tahun (a)	0	1	6	6	31
	6-10 Tahun (b)	3	0	2	6	23
	11-15 Tahun (c)	1	2	1	1	17
	16-20 Tahun (d)	4	3	9	13	71
	> 21 Tahun (e)					

Sumber : Hasil Olahan (2012)

Hasanuddin menempati proporsi terbesar yaitu sekitar 68%, sedangkan untuk pangkat dan golongan adalah Golongan IV yang menempati porsi terbesar sekitar 68%, Jabatan Fungsional yang terbanyak adalah Lektor Kepala sekitar 55%, sedangkan Jenjang Pendidikan S2 yang menempati proporsi yang terbesar adalah sekitar 55%, dan terakhir masa kerja yang terbanyak adalah dengan proporsi 71%.

1. Analisis jalur berdasarkan pengaruh langsung (Direct Effect atau DE)

a) Variabel Kepemimpinan terhadap komitmen organisasional
Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 hubungan langsung antara kepemimpinan terhadap komitmen organisasional didapatkan nilai t hitung 2,528. Nilai kolom p (Tabel 1.3) sebesar $0.013 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,528 > 1,660$ (nilai t-tabel), jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 4 (H_4) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah signifikan.. Besarnya

koefisien jalur variabel kepemimpinan terhadap komitmen organisasional sebesar 0,206. Kepemimpinan memiliki tingkat hubungan kuat terhadap komitmen organisasional yaitu setiap peningkatan 1 unit kepemimpinan mampu menaikkan 0,206 unit komitmen organisasional secara langsung.

b) Variabel Kepemimpinan terhadap kinerja dosen

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 hubungan langsung antara kepemimpinan terhadap kinerja dosen didapatkan nilai t hitung 3,834. Nilai kolom p (Tabel 1.4) sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,834 > 1,660$ (nilai t-tabel), jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 1 (H_1) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah signifikan. Besarnya koefisien jalur variabel kepemimpinan terhadap kinerja dosen sebesar 0,234. Berdasarkan hasil analisis jalur ditemukan nilai pengaruh langsung yang kuat antara kepemimpinan

terhadap kinerja dosen sehingga setiap peningkatan 1 unit kepemimpinan mampu menaikkan 0,234 unit kinerja dosen secara langsung.

- c) Variabel pemberdayaan terhadap komitmen organisasional

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 hubungan langsung antara pemberdayaan terhadap komitmen organisasional didapatkan nilai t hitung 7,190. Nilai kolom p (Tabel 1.4) sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,190 > 1,660$ (nilai t -tabel), jadi H_1 diterima

t -tabel), jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 2 (H_2) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah signifikan. Besarnya koefisien jalur variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen sebesar 0,438. Pengaruh pemberdayaan terhadap kinerja dosen dimaknai bahwa tingkat hubungan kuat yaitu setiap peningkatan 1 unit pemberdayaan mampu menaikkan 0,438 unit kinerja dosen secara langsung.

- e) Variabel stres kerja terhadap komitmen organisasional

Tabel 1.4. Hasil Analisis Diagram Jalur (path analysis)

<i>Independent Variable</i>	<i>Intervening Variable</i>	<i>Dependent Variable</i>	<i>t</i>	<i>P</i>	<i>Direct Effects</i>	<i>Indirect Effects</i>	<i>Total Effects</i>
(X1)	(Y1)	-	2,528	0,013	0,206	0,055	0,289
	(Y1)	(Y2)	3,834	0,000	0,234		
(X2)	(Y1)	-	7,190	0,000	0,570	0,153	0,591
	(Y1)	(Y2)	6,146	0,000	0,438		
(X3)	(Y1)	-	-2,173	0,032	-0,169	-0,045	-0,385
	(Y1)	(Y2)	-5,876	0,000	-0,340		
-	(Y1)	(Y2)	4,000	0,000	0,296	-	-

dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 5 (H_5) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah signifikan. Besarnya koefisien jalur variabel pemberdayaan terhadap komitmen organisasional sebesar 0,570. Tabel 1.4 dapat dimaknai bahwa tingkat hubungan antara pemberdayaan terhadap komitmen organisasional yaitu setiap peningkatan 1 unit pemberdayaan mampu menaikkan 0,570 unit komitmen organisasional secara langsung.

- d) Variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 hubungan langsung antara pemberdayaan terhadap kinerja dosen didapatkan nilai t hitung 6,146. Nilai kolom p (Tabel 1.4) sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,146 > 1,660$ (nilai

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 1.4 hubungan langsung antara stres kerja terhadap komitmen organisasional didapatkan nilai t hitung -2,173. Nilai kolom p (Tabel 1.4) sebesar $0.032 < 0,05$, jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 6 (H_6) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah negatif signifikan. Besarnya koefisien jalur variabel stres kerja terhadap komitmen organisasional sebesar -0,169. Hal ini dimaknai bahwa tingkat hubungan kuat yaitu setiap peningkatan 1 unit stres kerja mampu menurunkan -0,169 unit komitmen organisasional secara langsung.

- f) Variabel stres kerja terhadap kinerja dosen

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 hubungan langsung antara stres kerja

terhadap kinerja dosen didapatkan nilai t hitung -5,876. Nilai kolom p (Tabel 1.4) sebesar $0.000 < 0,05$, jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 3 ($H3$) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah negatif signifikan. Koefisien jalur variabel stres kerja terhadap kinerja dosen sebesar -0,340. Hal ini dimaknai bahwa tingkat hubungan kuat yaitu setiap peningkatan 1 unit stres kerja mampu menurunkan -0,340 unit kinerja dosen secara langsung.

- g) Variabel komitmen organisasional terhadap kinerja dosen
Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 hubungan langsung antara komitmen organisasional terhadap kinerja dosen didapatkan nilai t hitung 4,000. Nilai kolom p (Tabel 1.4) sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,000 > 1,660$ (nilai t -tabel), jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga Hipotesa 7 ($H7$) diterima yang artinya koefisien analisis jalur adalah positif signifikan. Besarnya koefisien jalur variabel komitmen organisasional terhadap kinerja dosen sebesar 0,269. Hal ini dimaknai bahwa tingkat hubungan kuat yaitu setiap peningkatan 1 unit komitmen organisasional mampu menaikkan 0,269 unit kinerja dosen secara langsung.

1. Analisis jalur berdasarkan pengaruh tidak langsung (Indirect Effect atau IE)

- a) Variabel kepemimpinan terhadap kinerja dosen terhadap komitmen
Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 didapatkan pengaruh variabel kepemimpinan terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional sebesar 0,055, jadi ada pengaruh positif

secara tidak langsung antara variabel kepemimpinan terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional. Untuk pengaruh tidak langsung variabel kepemimpinan terhadap komitmen organisasional melalui kinerja dosen dapat dijelaskan bahwa setiap peningkatan 1 unit kepemimpinan mampu menaikkan 0,055 unit kinerja dosen secara tidak langsung melalui komitmen organisasional.

- b) Variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen melalui komitmen

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 didapatkan pengaruh variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional sebesar 0,153, jadi ada pengaruh positif secara tidak langsung antara variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional. Variabel kinerja dosen yang dipengaruhi oleh variabel pemberdayaan melalui variabel komitmen organisasional berpengaruh secara tidak langsung dengan setiap peningkatan 1 unit pemberdayaan mampu menaikkan 0,153 unit kinerja dosen secara tidak langsung melalui komitmen organisasional.

- c) Variabel stres kerja terhadap kinerja dosen melalui komitmen

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.4 didapatkan pengaruh variabel stres kerja terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional sebesar -0,045, jadi ada pengaruh negatif secara tidak langsung antara variabel stres kerja terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional. Hubungan antara stres kerja terhadap komitmen organisasional melalui kinerja dosen dapat dimaknai jika ada peningkatan 1 unit stres kerja

mampu menurunkan -0,045 unit kinerja dosen secara tidak langsung melalui komitmen organisasional.

3.) Diagram Jalur untuk Model

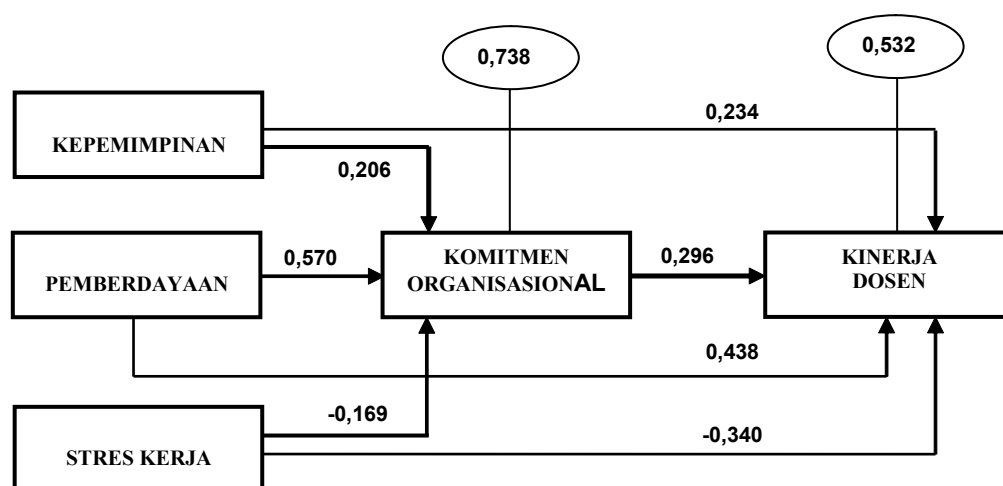
Hasil secara keseluruhan yang menggambarkan hubungan kausal empiris antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y1 dan Y2. Gambar 1 menunjukkan hubungan kausal empiris variabel kepemimpinan, pemberdayaan dan stres kerja terhadap komitmen organisasional dan kinerja dosen. Secara lebih lengkap deskripsi hasil analisis penelitian dijabarkan pada Gambar 2 berikut ini :

kemampuan dosen sehingga menjadikan dosen dapat meningkatkan kompetensi mereka serta terwujudnya komitmen yang besar terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pemimpin akan menyadari bahwa keberhasilan organisasi yang dipimpinnya akan sangat ditentukan oleh keberhasilan dosen-dosen dalam menjalankan tugasnya. Hal ini sesuai hasil studi dari Lumbanjara (2009), Wibowo (2006) dan Kaihatu dkk (2007).

b). *Variabel Kepemimpinan terhadap kinerja dosen*

Kepemimpinan berkontribusi sebesar 3,834

Gambar 2. Hasil Analisis Penelitian



Sumber : Peneliti (2012)

Pembahasan Hasil Penelitian

a). *Variabel Kepemimpinan terhadap komitmen organisasional*

Peningkatan satu unit nilai *t* hitung pada hubungan langsung kepemimpinan maka akan meningkatkan satu unit *t* hitung pada komitmen organisasional yang berdampak pada penerapan kepemimpinan yang efektif akan berpengaruh terhadap komitmen organisasional yang dipimpinnya. Pemimpin memiliki orientasi pada pengembangan dan

terhadap kinerja dosen, dengan demikian dosen-dosen akan merasa memiliki dan kebanggaan terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Studi literatur yang memberikan paparan empiris bahwa kepemimpinan memberikan kontribusi secara *direct effect* kepada kinerja telah diteliti oleh Wiranata, 2011; Indriani dan Waluyo, 2011; Susanty, Puspasari, Aisyah, 2011; Wati, et al, 2010; Wibowo, 2006.

c). *Variabel pemberdayaan terhadap komitmen organisasional*

Komitmen organisasional akan meningkat seiring peningkatan pengaruh variabel pemberdayaan. Dalam hubungan tersebut, pemberdayaan bernilai 7,190 terhadap komitmen organisasional. Unesco (1989:3-4) berpendapat bahwa kedudukan dosen yang tinggi disebabkan oleh intensitas keterlibatan dosen dalam setiap kegiatan di perguruan tinggi. Dosen merupakan operasionalisasi penggerak aktivitas di perguruan tinggi. Pemberdayaan dosen merupakan hal yang terpenting sebagai modal utama dalam suatu *educational organization*.

d). *Variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen*

Pemberdayaan dosen memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja dosen sebesar 6,146. Dengan adanya peran pemberdayaan dosen, maka berdampak pada mampu dosen bersikap profesional dalam mengembangkan kapabilitas individualnya. Dosen yang profesional adalah dosen yang menguasai, mengikuti perkembangan, mampu mengembangkan, serta bertanggung jawab terhadap disiplin ilmunya, memiliki kemampuan berinteraksi dengan mahasiswa secara profesional, menghormati dan melindungi hak-hak mahasiswa, menjadi teladan dalam sikap dan pemikiran, berkemampuan menyusun kurikulum yang relevan, efektif, dan efisien, memberikan informasi yang luas, dalam, dan mutakhir dengan mengandung unsur kebaruan yang dibutuhkan oleh *community*, menciptakan suasana akademik yang kondusif bagi pengembangan sikap ilmiah mahasiswa, membuat sistem penilaian yang cermat dan teliti, monitoring, pemantauan

dan evaluasi yang terukur dengan valid adalah merupakan kegiatan-kegiatan yang langsung berkaitan, baik dengan *transfer of knowledge and attitude* maupun pengembangan *scientific attitude* mahasiswa (Uwes, 1999). Pada penelitian ini berhasil membuktikan signifikansi pengaruh pemberdayaan dosen yang akan mengarah kepada sinergitas kinerja dosen. Hal ini juga telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya yang juga menyatakan pemberdayaan dosen secara *direct effect* kepada kinerja telah diteliti oleh Riniwati, 2008 ; Ariawan, 2007; Rahman, *et al*, 2007; Praptadi, 2009

e) *Variabel stres kerja terhadap komitmen organisasional*

Faktor *job stress* kerja juga merupakan masalah di dalam organisasi pendidikan. Dalam hal ini pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang menjadi materi observasi peneliti. Setiap dosen bekerja sesuai dengan perannya dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis, artinya setiap dosen mempunyai kelompok tugas yang harus dilakukan sesuai dengan aturan-aturan yang ada sesuai dengan standar operasi dan prosedur dan buku pedoman yang ada. Hasil analisis penelitian memaparkan bahwa dosen telah memainkan perannya secara baik dengan berperan secara efektif dan efisien merupakan faktor yang meminimumkan *job stress* dosen.

f) *Variabel stres kerja terhadap kinerja dosen*

Dengan nilai pengaruh stres kerja sebesar -5,876 terhadap kinerja dosen, sehingga stres kerja yang dialami oleh dosen dapat berbanding terbalik terhadap kinerja dosen. Kajian literatur yang membahas

topik *job stress* yang berdampak *direct effect* terhadap kinerja *employee* juga telah dikaji beberapa peneliti sebelumnya yang membahas topik *job stress* yang berdampak *direct effect* terhadap kinerja *employee* telah dikaji oleh Hidayati, *et al*, (2008), Suroso dan Siahaan, 2006;, Sunarni dan Istanti, 2007; Sungkawati, 2007; dan Teddy, 2005.

g) *Variabel komitmen organisasional terhadap kinerja dosen*

Penelitian ini juga mengkaji tentang komitmen organisasional dosen yang memberikan kontribusi bahwa dengan adanya komitmen organisasional dosen, maka akan dapat memberikan implikasi secara langsung terhadap sejumlah outcomes dari suatu *educational organization*. Studi empiris yang membahas topik kajian komitmen organisasional yang memberikan *direct effect* terhadap kinerja pegawai antara lain telah dikaji oleh Rombe, 2007; Puspasari, 2010; Tangkau, 2009; Elya, *et al*, 2010; Abdullah dan Arisanti, 2010.

h) *Variabel kepemimpinan terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional*

Pengaruh yang diberikan oleh kepemimpinan terhadap kinerja dosen melalui komitmen dikatakan cukup baik berdasarkan nilai *indirect effect* sebesar 0,055. Pengaruh secara tidak langsung tersebut dapat menimbulkan perasaan percaya, rasa bangga, dan kemampuan dosen untuk mencapai kinerja terbaik dan mewujudkan kepercayaan terhadap pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanty, puspitasari dan aisyah (2011).

i) *Variabel pemberdayaan terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional*

Nilai *indirect effect* pemberdayaan terhadap kinerja dosen melalui komitmen menunjukkan pengaruh yang kuat dan signifikan. Dosen yang diberdayakan memiliki perasaan *self-determination* yaitu bebas menentukan pilihan tentang bagaimana melakukan pekerjaan mereka sendiri. Dengan melalui komitmen organisasional maka seorang dosen akan merasakan keselarasan antara tujuan pribadi dengan organisasi yang bermuaran pada kinerja dosen yang meningkat.

j) *Variabel stres kerja terhadap kinerja dosen melalui komitmen organisasional*

Arah hubungan yang negatif menunjukkan semakin besar stres kerja akan berakibat pada kinerja dan komitmen yang menurun atau berkurang, demikian pula sebaliknya. Tingkat stres yang rendah akan berpengaruh dalam meningkatkan kondisi fisik dan psikologis seorang dosen yang turut mempengaruhi kinerja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kepemimpinan, pemberdayaan, dan stres kerja berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasional serta berdampak pada kinerja dosen. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan kurang berkontribusi secara langsung terhadap komitmen organisasional dan kinerja dosen, hasil ini diharapkan agar pimpinan sebaiknya lebih memfokuskan perhatiannya kepada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja dosen baik secara langsung maupun tidak langsung utamanya fokus pada kepemimpinan

publik. Organisasional dan operasional, sehingga pimpinan dapat merumuskan dan memberikan solusi yang lebih efektif jika terhadap indikasi penurunan kinerja dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Berdasarkan hasil analisis jalur, stres kerja juga kurang berkontribusi terhadap komitmen organisasional dan kinerja dosen sehingga sebaiknya diprioritaskan dalam rangka meningkatkan kompetensi dan keahlian dosen sesuai dengan spesialisasi kompetensi disiplin ilmu masing-masing sehingga tugas dan tanggung jawab dilaksanakan dengan lebih baik sehingga berdampak terhadap lebih kecilnya tingkat stres dosen.

Daftar Pustaka

- Abdullah dan Arisanti, Herlin. 2010. Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi dan Akuntabilitas Publik Terhadap Kinerja Organisasi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 9, No. 2, pp. 118-134.
- Allen, N.J.& Meyer, J.P. 1996. Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization : An Examination of Construct Validity . Journal Of Vocational Behavior, 49,pp. 252-276.
- Ariawan. 2007, Pengaruh Motivasi dan Pemberdayaan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Keuangan Daerah Provinsi Gorontalo. Jurnal Ichsan Gorontalo Volume 2 No 3.
- Balci. 2003, Orgutsel sosyallesme Kuram Strateji Ve Taktikler, Ankara : Pagem A Yayincilik.
- Bass, B.M. 1985, Leadership and Performance Beyon Expectations. Free Press : New York.
- Cascio, Wayne, Clifford Young, Morris. 1997, Financial Consequences Of Employment Change Decision In Mayor US Corporation. Academy Of Management Journal, Volume 40, p. 1175.
- Cooper, C.L. 2006, The Changing Nature Of Work : The New Psychological Contract and Associated Stressors.
- Devereux, J., Rydstedt, L., Kelly, V., Weston, P, & Bucke, P. 2004, The Role of Work Stress and psychological Factors in The Development Of Musculoskeletal Disorders. Robens Centre for Health Ergonomics. Surrey : University Of Surrey Guildford
- Diefendorff, J.M., Brown, D.J., Kamin, A.M., dan Lord, R.G. 2002. Examining The Roles Of Job Involment and Work Centrality in Predicting Organizational Citizenship Behaviors and job Performance. Journal of Organizational Behavior, 23, 93-108.
- Dollard, M.F. 2003, Introduction : Context, Theories and Intervention. In Dollard, M.F., Winefield. A.H & Winefield, H.R.(Eds).. Occupational Stress in The Service Professions. Pp. 1-42. New York : Taylor & Francis Inc.
- Edwards, J.L., Green, K.E., & Lyson. C. A. 2002, Personal Empowerment, Efficacy, and Environmental Characteristics. Journal of Educational Administration, 40 (1), 424-447.
- Hawkins, W. 1999. Predictors Of Affective Organizational Commitment Among High

- School Principals, Dissertation. Virginia Polytechnic Institute, pp. 1-103.
- Howell, J.P., & Dorfman, P.W. 1986, Leadership and Substitutes for Leadership Among Profesional and Non Profesional Workers. The Journal Of Applied Behavioral Science, 22, 29-46.
- Gill, A, Flaschner AB, Shachar, M. 2006, Mitigating Stress and Burn Out By Implementing Transformational Leadership. International Journal Of Contemporary Hospitality Management, 18 : 1-16.
- Herrenkohl, R.C, Judson, G.T, and Heffner, J.A. E1999, Defining and Measuring Employee Empowerment. The Journal Of Applied Behavioral Science, 35(3): 373-389.
- Hidayati, Reni., Purwanto, Yadi., Yuwono, Susatyo. 2008. Kecerdasan Emosi, Stress Kerja, Kinerja Karyawan. Jurnal Psikologi Volume 2 No. 1.
- Kaihatu, Stefanus, Thomas dan Rini, Astjarjo, Wahyu. 2007. Kepemimpinan Transformasional dan Pengaruhnya TerhadapKepuasanatasKualitasKehidupan Kerja, Komitmen Organisasi, dan Perilaku Ekstra Peran: Studi pada Guru-guru SMU di Kota Surabaya. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol, 98 No. 1.
- Kendall, E., Murphy, P., O'neil, V. & Bursnall,S. 2000, Occupational Stress ; Factors That Contribute To Its occurrence and Effective Management. Centre For Human Services. University : Griffith.
- Kepmen Negara Koordinator Pengawasan Pembangunan Pendayagunaan Aparatur Negara No. 38/Kep/MK.WASPAN/8/1999. Tentang Jabatan Fungsional Dosen dan Angka Kreditnya.
- Kreiner, R., and Kinicki, A. 2003. Perilaku Organisasi. Buku Satu. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kyriacou, C. 2001, Coping Actions and Occupational Stress Among School Teachers. Research In Education, 24, 57-61.
- LapierreandHausdorf.2001,Understanding The Links Between Work Commitment Constructs, Journal Of Vocational Behavior. Pp. 350-413.
- Lewin, K.,Lippit,R.,&White,R. 1939, Patterns Of Aggressive Behavior In Experimentally Created Social Climates. Journal Of Social Psychology, 10, 271-301.
- Likert, R. 1967, The Human Organization : Its Management and Value. New York : McGraw- Hill.
- Lumbanraja, Prihatin. 2009. Pengaruh Karakteristik Individu, Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Studi pada Pemerintah Daerah di Provinsi Sumatera Utara). Jurnal Aplikasi Manajemen. Volume 7 Nomor 2
- Maeroff, G. I. 1988. The empowerment of teachers: over coming the crisis of confidence. New York, NY: Teachers College Press.

- Meyer, J.P., & Allen, J.N. 1997, *Commitment in The Workplace – Theory, Research and Application* “ Sage Publications, Thousand Oaks, CA
- Mulyadi dan Setyawan, J. 2001. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Management*, Edisi 2, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Pedoman Operasional Penilaian Angka Kredit Kenaikan Jabatan Fungsional Dosen Ke Lektor Kepala dan Guru Besar. Tahun 2009. Jakarta. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Tinggi.
- Peraturan Pemerintah No. 60 Tahun 1999 pasal 101 (ayat 2). Tentang Pendidikan Tinggi.
- Peraturan Pemerintah No. 37 Tahun 2009. Tentang Dosen.
- Pengawasan Pembangunan Pendayagunaan Aparatur Negara No. 38/Kep/MK.Waspan/8/1999. Tentang jabatan fungsional Dosen dan angka kreditnya.
- Praptadi dan Velthouse. 2009. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemberdayaan Terhadap Komitmen Organisasional Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. (Studi Pada Pegawai Account Representative di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Semarang.
- Rahman, Syaiful., Nasir, Muhammad., Handayani, Sri. 2007, Pengaruh Sistem Pengukuran Kinerja Terhadap Kejelasan Peran, Pemberdayaan Psikologis dan Kinerja Manajerial. (Pendekatan Partial Least Square).
- Riniwati, Harsuko. 2008, Pengaruh Tingkat Pemberdayaan Terhadap Kinerja Manajer Perempuan pada Perusahaan Perikanan di Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Perikanan*, Vol. II. Nomor 1, pp. 94-98.
- Puspasari, Durinda. 2010, Pengaruh Stress, Motivasi, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Tahun 15, Nomor 2.
- Rinehart, J. S., & Short, P. M. (1994). Job satisfaction and empowerment among teacher leaders, reading recovery teachers and regular classroom teachers. *Education*, 114(4), 570-580.
- Rombe, Elimawaty. 2007, Pengaruh Komitmen dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pengusaha UKM di Kota Palu. *Jurnal Trikonomika Fakultas Ekonomi Unpas*, Volume 6 Nomor 1.
- Savery, L.K, Luks, J.A. 2001, The Relationship Between Empowerment, Job Satisfaction, and Reported Stress Levels : Some Australian Evidence. *Leadership and Organization Development Journal*, 22: 97-105.
- Short, P. M., Greer, J.T., & Melvin, W.M. (1994), *Creating Empowered Schools : Lessons in Change*, *Journal Of Educational Research*, 32 (4), 38 -52.
- Short, P.M. (1994a). Defining Teacher Empowerment. *Education*, 114(4), 488-492.

- Solihin, Rois. 2010, Pengaruh Komitmen Anggota dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Tim Koordinasi, Monitoring dan Evaluasi (KORMONEV) Nasional. Tesis. Jakarta : Magister Ilmu Administrasi. STIA Lembaga Administrasi Negara.
- Sunarni, Theresia dan Istanti, Veni. 2007, Pengaruh Stress Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Interbis Sejahtera Palembang. Jurnal Teknik Industri, Vol. 7 No. 2.
- Sungkawati, Endang. 2007, Analisis Konflik dan Stress Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pekerja Perempuan di PR Karya Bersama Malang. Jurnal Arthavidya, Tahun 8, Nomor 2.
- Suroso, Arif Iman dan Siahaan, Rotua. 2006, Pengaruh Stress Dalam Pekerjaan Terhadap Kinerja Karwayan. Studi Kasus di Perusahaan Agribisnis PT. NIC.
- Susanti, Aries., Puspitasari, Diana., Aisyah, Siti. 2011, Analisis Hubungan Kepemimpinan Transformasional Terhadap TQM, Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan. (Studi Kasus PT. Telekomunikasi Indonesia DIVRE IV Jateng dan DIY).
- Sweetland, S.R. & Hoy, W.K. 2000, School Characteristics and Educational Outcomes: Toward an Organizational Model Of Student Achievement in Middle Schools. Educational Administration Quarterly, 36(5), 703-729.
- Tangkau, Jaqueline. 2009. Analisis Pengaruh Komitmen Organisasi dan Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial dan Senjangan Anggaran. Jurnal FORMAS. Vol 2 No. 4. 295-302. ISSN : 1978-8452.
- Teddy, Bambang. 2005, Analisis Hubungan Antara Stress Kerja, kepribadian, dan Kinerja Manajer Bank. Jurnal Mutiara Kesehatan Indonesia. Vol. 1, No. 1 Edisi Juni.
- Thompson. 2000. Gender, Leadership Orientation, and Effectiveness : Testing The Theoretical Models Of Bolman & Deal and Quinn. Sex Roles, Vol 42, Nos. 11/12
- Tracy, J.B, Hinkin, T.R. 1994, Transformational Leaders In The Hospitality Industry. Journal Of Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 35 : 18-24.
- Undang- Undang R.I. 2005. Tentang Guru dan Dosen Nomor 14 Tahun.
- Unesco. 1989, Academic Staff Development Units in Universities. Bangkok.
- Undang Undang Republik Indonesia N0. 20. Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS) Jakarta. www.hukumonline.com
- Uwes, Sanusi. 1999, Manajemen Pengembangan Mutu Dosen. Jakarta : Logos Wacana Ilmu.
- Wahlund, I., and Nerrrel, G. 2004, Work Environment Of White Collar Workers : Work, Health, Well Being. Stockholm : Central Organization Of Salaries Employee In Sweden (TCO).
- Wati, Elya., Lismawati, Aprilla.

2010. Pengaruh Independensi, Gaya Kepemimpinan, Komitmen Organisasi, dan Pemahaman Good Governance Terhadap Kinerja Auditor Pemerintah. (Studi Pada Auditor Pemerintah di BPKP Perwakilan Bengkulu). SNA XIII. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto. Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.
- Wibowo, Felicia Dewi. 2006, Analisis Pengaruh Peran Kepemimpinan dan Pengembangan Karir Terhadap Komitmen Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. (Studi Kasus PT. Bank Maspion Indonesia Cabang Semarang. Tesis (publikasi). Program Studi Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wilhelm, K., Kovess, V., Rios, Seidel, C & Finch, A., 2004. Work and Mental Health. *Social Psychiatry Psychiatri Epidemiology* 39: 866-867.
- Wiranata. Anak Agung. 2011, Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja dan Stress Karyawan. (Studi Kasus Pada CV. Maertanad). *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*. Vol. 15, No. 2, Juli.
- Yukl, Gary. 1998. *Kepemimpinan Dalam Organisasi*. Alih Bahasa : Yusuf Udaya. Jakarta : Prenhallindo.

Strategi Peningkatan Produktivitas Industri Kreatif Handycraft Upaya Pengelolaan Sumber Daya Berbasis Masyarakat

Ign. Sri Seventi P

Mahastuti Agung

Rahmawati

Sarah Rum Handayani

Anastasia Riani S

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Rahmaw2005@yahoo.com

Abstract

Research and development aims to examine and develop models of training and teaching materials (modules) that are required in the effort of improving the performance of their businesses. Training needs analysis conducted with the concept entrepreneurship small business, namely the implementation of management functions in the production, marketing, finance, management organizations and entrepreneurial spirit of qualified small business. Training needs to develop a spirit of entrepreneurship is 80% with the need include: leadership, self-motivation to become a man of learning and results orientation in the business. Training needs for production handicraft activities is 100% with the need include the administrative aspects of the production, quality control and production of knowledge about workplace safety and health. Potential training needs to develop a financial management business amounted to 83% with aspect needs include financial plan preparation, practical healthy separation of personal paternity and business bookkeeping and practical for small business. Potential training needs for marketing is 73%. The modul are been developed in this research are entrepreneurship, handicraft bag from batik, and accounting.

Keywords: *entrepreneurship, management organization, marketing, production, and finance (accounting)*

PENDAHULUAN

Sektor usaha kecil mendominasi sektor usaha di Indonesia. Keberadaannya menyerap sekitar 97,4% dari total angkatan kerja, serta menyumbang perekonomian nasional sebesar 55,56%. Pada tahun 2010 kontribusi usaha kecil terhadap ekspor masih relatif kecil, yaitu sekitar 20,17%

terhadap total ekspor. Sehingga, peluang untuk terus mendorong ekspor UKM masih terbuka lebar. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bisa mendapatkan peluang besar dari penerapan ACFTA. Ada tiga sektor unggulan UKM, yaitu furniture, garmen, dan handicraft.

Peranan perdagangan luar negeri dalam

proses pembangunan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung adalah meningkatkan pendapatan, membuka kesempatan kerja, meningkatkan penghasilan devisa, mentransfer modal dan teknologi dari luar negeri, dan dapat mengembangkan industri baru di dalam negeri atau usaha industrialisasi (Nurlaela, 2009). Disamping itu, perdagangan luar negeri juga menyebabkan terjadinya perubahan dari beberapa variabel dalam sektor ekonomi yang akan mendorong laju pertumbuhan ekonomi negara tersebut (Nurlaela, 2009).

Seni craft bagi kebanyakan orang hanya menjadi hobi atau mengisi waktu luang di tengah kesibukan. Namun kini, banyak remaja putri, wanita dewasa, dan ibu rumah tangga yang melakukannya. Tidak sekadar hobi, mereka menjadikan ketrampilan ini sebagai lahan mendapatkan penghasilan. Banyak hal yang bisa menjadi panduan jika ingin menekuni bisnis craft yaitu: pengetahuan dasar, fokus pada satu jenis usaha, membuka jaringan, mengikuti pameran, menjaga kualitas, dan pembukuan yang rapi.

Permasalahan yang dihadapi industri kecil khususnya handicraft saat ini adalah: (1) kurangnya perancangan desain yang sesuai selera pasar, (2) rendahnya tingkat teknologi yang digunakan, (3) rendahnya ketrampilan dan manajemen usaha, (4) belum optimalnya peranan lembaga pendukung baik riset, pendidikan, perbankan, (5) rendahnya modal sosial di dalam industri, serta (6) belum adanya iklim usaha yang baik.

Tujuan Khusus:

- a. Melakukan *Training Need Analysis* bagi Industri Kreatif Handycraft di Solo, Karanganyar, dan Yogyakarta.
- b. Mengembangkan model dan modul pelatihan Kewirausahaan Industri Kreatif Handycraft dalam rangka meningkatkan Ekonomi Masyarakat.
 - a. Terwujudnya model prototype teknologi tepat guna, rekayasa, dan desain batik.
 - b. Terwujudnya implementasi alternative prototype dan evaluasi pengujian.

Solusi Pemecahan Masalah dalam penelitian ini bertujuan meningkatkan pemahaman nilai-nilai tentang karya industri kreatif yang berbasis kearifan lokal, memodelkan perilaku yang mendorong terciptanya industri kreatif, serta peran jiwa entrepreneurship dalam pengembangan industri kreatif. Dalam rangka riset perguruan tinggi, serta pihak-pihak yang terkait bersinergi bersama dalam penerapan teknologi terapan yang inovatif dalam proses produksi, dan pemasaran produk-produk UKM. Industri Kreatif Handicraft ini dipilih karena merupakan sektor unggulan di daerah dan industri skala kecil yang banyak menyerap tenaga kerja lokal. Penelitian tahun pertama memfokuskan pada kerajinan tas batik perca.

Urgensi penelitian

Manfaat bagi Pengembangan Iptek

1. Ilmu Kewirausahaan.

Mengembangkan teori Ilmu Kewirausahaan sebagai disiplin ilmu yang mempelajari tentang kemampuan seseorang dalam menghadapi tantangan hidup melalui penerapan kreativitas dan keinovasian untuk

- memenuhi kebutuhan serta peluang pasar.
2. Pengembangan Desain Batik
Meningkatkan nilai tambah produk industri kreatif secara teknis sehingga daya saing produk handycraff di pasaran meningkat.
 3. Manfaat bagi Pembangunan.
 - a. Penanggulangan Kemiskinan.
Meningkatkan kinerja usaha serta kehidupan sosial ekonomi masyarakat pengrajin melalui peningkatan potensi masyarakat pengrajin yang dalam jangka panjangnya akan mendorong akselerasi pemulihan ekonomi Indonesia.
 - b. Penyediaan Lapangan Kerja.
Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat luas melalui tumbuh kembangnya wirausaha-wirausaha baru di bidang handycraff.
 4. Manfaat bagi Institusi
 - a. Mendorong eksistensi Universitas Sebelas Maret Surakarta dalam memprediksi dan membantu member alternatif solusi permasalahan lokal dan global agar dapat mendukung aktivitas sosial ekonomi masyarakat yang berdaya saing tinggi berbasis Ipteks.
 - b. Menciptakan sinergi pemberdayaan potensi yang berkesinambungan antara masyarakat, pemerintah dan Universitas Sebelas Maret Surakarta atas dasar keterpaduan dan keselarasan (*link and match*) dan memberi masukan untuk penyesuaian materi kurikulum pendidikan.
 - c. Dalam rangka riset perguruan tinggi, serta pihak-pihak yang terkait bersinergi bersama untuk mendukung peningkatan ekspor, dan memperluas pemasaran produk-produk UKM Indonesia, bukan hanya di pasar domestik, tetapi harus mencapai pasar global.
 - d. Dalam rangka tidak meniadakan dan menggusur sarana pemasaran produk-produk lokal yang mayoritas berasal dari UKM.
 - e. Selain itu kajian ini mengidentifikasi pula kekuatan, kendala, peluang, dan ancaman yang terjadi di tiap industri sebagai dasar penyusunan kebijakan, strategi, dan rencana tindak pengembangan kawasan Industri Handycraff dalam rangka peningkatan daya saing.
 - f. Sasaran dari Penelitian ini adalah tersebarluasnya kebijakan dan strategi pengembangan kawasan industri handicraft dalam rangka mendukung akselerasi peningkatan daya saing daerah kepada pihak-pihak terkait.
 - g. Pemerintah Pusat dan Daerah diharapkan dapat menjalankan kebijakan yang terintegrasi, dan mendukung pengembangan UKM Indonesia.
 - h. Penataan pasar-pasar tradisional secepatnya, lokalisasi usaha dengan dukungan akses yang memadai, serta penyediaan infrastruktur yang berpihak kepada UKM dapat memberikan nilai tambah dan daya saing UKM dalam berkompetisi dengan berbagai produk asing yang datang.

STUDI PUSTAKA

Strategi Peningkatan Produktivitas

Industri Kreatif

Pembangunan merupakan program yang direncanakan untuk melakukan perubahan-perubahan dengan sengaja melalui pengembangan sistem ekonomi yang memberi peluang bagi usaha kecil untuk berkiprah dalam perekonomian nasional akan mendorong tumbuhnya perekonomian berbasis wirausaha yang selanjutnya akan mendorong munculnya usaha-usaha baru. Usaha kecil umumnya berskala kecil tetapi menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Pembangunan di Indonesia pelaksanaan pembangunan didasarkan atas nilai dan norma demokrasi Pancasila, yang mengikut sertakan seluruh rakyat Indonesia. Pembangunan Nasional dilaksanakan dalam pemahaman dan cakupan pembangunan manusia Indonesia seutuhnya, karena pembangunan di Indonesia demokrasi pancasila maka tujuan pembangunan itu adalah mencapai perbaikan hidup seluruh rakyat Indonesia. Salah satu Strategi pemberdayaan usaha kecil dikenal dengan strategi edukasi yang berupa proses pemberian pendidikan, pengetahuan serta kecakapan hidup (*life skills*) kepada masyarakat usaha kecil.

Pendidikan Kewirausahaan dan Industri Kreatif

Pendidikan kewirausahaan telah diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, memiliki teori, konsep serta metode ilmiah yang lengkap dengan media pembelajaran berupa pelatihan yang dapat diberikan oleh pihak eksternal maupun dari pengalaman (Yohanes dalam Trimurti dan Nurlaela, 2008). Kelemahan mendasar

adalah masih sangat kurang *entrepreneurial skill* yang dimilikinya, yang meliputi *soft skill*. Diperlukan pelatihan-pelatihan yang mendukung, sehingga *gap* antara *technical skill* dan *soft skill/ entrepreneurial skill* bisa lebih dijembatani (Riani, 2009). Pendidikan kewirausahaan bertujuan membentuk wirausaha yang memiliki kemampuan wirausaha yaitu yang memiliki pengetahuan, ketrampilan dan, sikap mental wirausaha.

Nilai-nilai kewirausahaan/esensi kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing. Zimmerer dalam Riani (2009), nilai tambah tersebut dapat diciptakan melalui cara-cara berikut: 1). Pengembangan teknologi baru, 2). Penemuan pengetahuan baru, 3). Perbaikan produk (barang/jasa) yang sudah ada, dan 4). Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit.

Sikap Mental dan Kepribadian Wirausahawan adalah modal Dasar Wirausaha.

Salah satu unsur yang membuat seorang wirausahawan berhasil adalah sikap mentalnya. Penelitian dari Havard University menyebutkan bahwa penentu kesuksesan dalam berwirausaha, 85 % ditentukan oleh sikap mental dan hanya 15% ditentukan oleh keahlian teknis. Sikap mental dan kepribadian merupakan unsur penting sebagai dasar dan titik tolak mencapai hasil dalam perjuangan hidup. Pembinaan mental dan kepribadian ini dapat dikatakan lebih menitik beratkan

membedah pada "tenaga dalam", seperti: kejujuran, ketekunan, keuletan, kemauan, tanggung jawab, percaya diri, rajin berdaya upaya, tidak lekas putus asa, pemikiran dari diri sendiri, tidak menharap belas kasihan, lebih banyak berpikir dan berbuat kreatif dan sebagainya. Demikian ini adalah benih berfikir positif dan menumbuhkan sikap mental positif. Adapun benih berpikir negatif sebagai kurang bertanggung jawab, suka menunda nunda kewajiban, serba ragu, tidak mempunyai kepercayaan pada diri sendiri dan sejenisnya. Hal hal tersebut mendatangkan sikap mental negatif.

Didalam diri setiap manusia didapati yang disebut "aku" dan aku ini ada dua aku positif dan aku negatif. Mana yang kuat tau menang itulah yang menguasai diri seseorang dan menentukan kepribadiannya. Kepribadian itulah yang menentukan berhasil tidaknya perjuangan seseorang. Hanya kepribadian yang positif /unggul yang dapat membawa keberhasilan yang gemilang.

Kepribadian adalah keseluruhan dari sifat sifat jasmani, pikiran, jiwa dan watak seseorang, sehingga membedakan seseorang dari yang lain, baik dalam individualitas dan budi pekertinya. Suatu kepribadian yang baik adalah milik paling penting, merupakan suatu kekuatan yang dapat menciptakan sesuatu yang menakjubkan. Kepribadian mempunyai nilai paling tinggi dibanding miliknya yang lain untuk mencapai suatu keberhasilan. Orang tidak dapat memperbaiki dan mempertinggi kepribadiannya. Hal yang utama pertama-tama mampu menerima dirinya sendiri sebagaimana adanya sebagai miliknya termasuk sifat yang baik

maupun sifat yang kurang baik. Berdasar keputusan yang mendasar ini orang lalu mampu melihat keluar untk memperbaiki hubungan diri dengan lingkungannya. Dengan demikian orang akan merasa terbebas dari rasa khawatir mengenai diri dan akan menghadapi kehidupan beserta masalahnya secara realistis.

Karena itu perlu selalu diusahakan:

1. Mengembangkan persahabatan dengan siapapun. Supaya mempunyai sikap ketekunan, keteguhan dengan ketekunan akan ditemukan pendorong yang ampuh dalam mencapai sasaran.
2. Pergaulan yang bermanfaat. Bersikap wajar, membiasakan menilai diri, perbuatan yang manakah yang melukai orang lain, dan yang manakah yang memperlihatkan sikap menghormati orang lain. Berbicara dengan baik. Yaitu dengan simpati, hangat, menyenangkan, berwibawa.
3. Perlu selalu dibina kepribadian yang menarik dan menyenangkan. Berusahalah untuk memperlihatkan sikap sopan, ramah, santun, jujur. Kembangkan sifat sifat yang membuat orang percaya kepada diri anda.

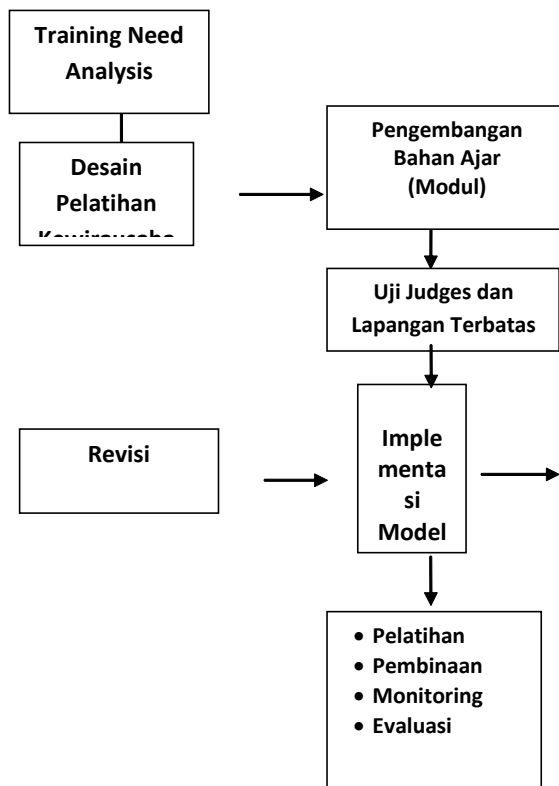
Sifat sifat yang menjadi landasan bagi suatu kepribadian unggul menawan perlu selalu diperbaiki, lenyapkan faktor faktor yang negatif, dan selalu dikembangkan faktor faktor yang positif sebagai dasarnya.

METODA PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara cross sectional dengan mempelajari subyek dan obyek penelitian dalam jangka waktu tertentu. Lokasi penelitian ini di Kabupaten Karanganyar, Solo, dan Kabupaten Bantul (kasongan).

Bagan Penelitian

Alur bagan Penelitian dan Tahapan Penelitian sebagai berikut:



Teknik Pengumpulan Data

1. Tahap studi pendahuluan dilakukan dengan menerapkan pendekatan diskriptif kuantitatif. Analisis dilakukan untuk mengetahui berapa prosentase kebutuhan dari responden yang menjawab kuesioner (*analisis training needs*).
2. Tahap pengembangan desain dengan menerapkan pendekatan diskriptif, dilanjutkan dengan penerapan uji coba terbatas desain model dengan metode eksperimen (*single one shot case study*). Setelah ada perbaikan dari Uji terbatas, maka dilanjutkan dengan uji yang lebih luas dengan metode eksperimen (*one group pretest-posttest*).
3. Tahap berikutnya adalah tahap validasi model dengan metode eksperimen quasi

(*pretest-posttest with control group design*) atau tahap evaluasi.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Sampel Penelitian

Jumlah sampel sebagai responden dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 30 orang pengrajin handycraft yang ada di Karanganyar, Surakarta, dan DIY. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang berarti pemilihan sampel didasarkan pada kriteria yang ditentukan sebelumnya yaitu pengrajin 1) telah menekuni usaha minimal satu tahun 2) berprestasi rendah 3) melakukan usaha handycraft yang bernilai seni, serta 4) memiliki kemauan serta kemampuan untuk belajar.

Teknik Pengumpulan Data

a. Instrumen Pengumpul Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi tidak langsung, wawancara, dan kuesioner atau angket sebagai teknik utama. Instrumen dalam metode kuesioner menggunakan lembar kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Secara keseluruhan ada 84 butir pertanyaan dengan rincian:

1) Data Pribadi Responden

Terdiri dari 8 butir pertanyaan meliputi: status responden, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah keluarga, status usaha, lama usaha, terbentuknya usaha, dan pengalaman mengikuti pelatihan.

2) Aspek Kewirausahaan.

Terdiri dari 11 butir pertanyaan yaitu 10 butir pertanyaan tentang jiwa wirausaha dan 1 butir pertanyaan tentang partisipasi dalam pelatihan kewirausahaan.

3) Aspek Manajemen

Terdiri dari 5 butir pertanyaan tentang karakteristik usaha, 8 item pertanyaan tentang kondisi obyektif manajemen usaha, dan 1 butir pertanyaan tentang partisipasi dalam pelatihan manajemen usaha.

4) Aspek Produksi

Terdiri dari 17 butir pertanyaan tentang kondisi obyektif kegiatan produksi dan 1 butir pertanyaan tentang partisipasi dalam pelatihan handycraft.

5) Aspek Pemasaran

Terdiri dari 18 butir pertanyaan tentang kondisi obyektif kegiatan pemasaran serta 1 butir pertanyaan tentang partisipasi dalam pelatihan pemasaran usaha.

6) Aspek Keuangan

Terdiri dari 17 butir pertanyaan tentang kondisi obyektif keuangan usaha serta 1 item pertanyaan tentang partisipasi dalam pelatihan pengelolaan keuangan usaha.

Responden

Identitas Pribadi

a. Status Responden

Responden sebagai istri sebanyak 36,67%, anak sebanyak 23,33% dan yang berstatus sebagai kepala keluarga 40%.

b. Jenis Kelamin

Keseluruhan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 55% dan sisanya laki-laki (45%).

c. Tingkat Pendidikan

Mayoritas responden berpendidikan

setingkat SLTA (33,33%). Lulusan Sarjana hanya 16,67%.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Kurang dari 3 orang sebanyak 26,67%, 3-5 orang sebanyak 23,33% dan lebih dari 5 orang sebanyak 50%.

e. Keikutsertaan Dalam Pelatihan

Responden yang pernah mengikuti pelatihan sebanyak 20% dan yang belum pernah mengikuti pelatihan sebanyak 80%. Hasil ini mengartikan bahwa mereka memerlukan pelatihan untuk meningkatkan produktivitas.

Karakteristik Usaha

a. Jenis dan Bentuk Usaha

Jenis usaha yang dilakukan responden adalah jenis usaha manufaktur yang memproduksi handycraft dalam bentuk usaha kecil (*home industry*) dengan jumlah tenaga kerja kurang dari lima orang (rerata).

b. Skala Usaha

Skala usaha dari keseluruhan responden adalah rerata dalam bentuk usaha kecil.

c. Status Usaha Kecil Dalam Pekerjaan

Usaha kecil yang dijalankan merupakan pekerjaan pokok dari responden sebanyak 86% dan sebagai pekerjaan sampingan sebanyak 14%.

d. Lama Usaha

Lama usaha dari responden kurang dari dua tahun sebanyak 16,67% dan antara 2 - 5 tahun sebanyak 50% dan lebih dari lima tahun sebanyak 33,33%.

e. Terbentuknya Usaha

Usaha yang dijalankan oleh responden yang merupakan hasil usaha sendiri sebanyak 66,33%, merupakan warisan 26,67% dan lain lain sebanyak 10%.

Training Need Analysis

Analisis Kebutuhan Pelatihan (*Training Need Analysis*) dilakukan dengan tujuan menyesuaikan isi latihan dengan kebutuhan peserta pelatihan yaitu pengusaha kecil pengrajin handicraft. Penyusunan analisis kebutuhan pelatihan dilakukan dengan pendekatan konsep enterprising usaha kecil. Enterprising usaha kecil adalah usaha kecil yang dikelola dengan pendekatan perusahaan atau usaha kecil yang menerapkan fungsi-fungsi manajemen didalam pengelolaan usahanya. Fungsi-fungsi manajemen tersebut adalah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.

Kegiatan usaha kecil pada dasarnya meliputi kegiatan-kegiatan yang menyangkut produksi/teknologi, pemasaran, pengelolaan keuangan/permodalan serta manajemen usaha. Dari paparan mengenai gambaran usaha pengrajin di wilayah penelitian dapat disimpulkan bahwa hambatan yang melekat pada usaha pengrajin adalah pada miskinnya akses teknologi, keterbatasan akses pemasaran, keterbatasan permodalan/keuangan dan kurangnya *manajerial skill*.

Dengan beberapa kelemahan yang melekat tersebut maka aspek analisis kebutuhan pelatihan akan berkaitan dengan aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen usaha pengrajin.

Penelitian dari Harvard University menunjukkan bahwa kunci keberhasilan wirausaha 85% ditentukan oleh sikap mental/jiwa kewirausahaan dan hanya 15% ditentukan oleh keahlian teknis. Merujuk pada hasil penelitian tersebut, aspek jiwa

kewirausahaan merupakan aspek yang diperhitungkan dalam melakukan analisis kebutuhan pelatihan.

Kajian berikut mengenai kelima variabel yaitu jiwa kewirausahaan, manajemen, produksi, pemasaran dan keuangan yang berkaitan dengan analisis kebutuhan pelatihan didasarkan pada hasil analisis dari data primer yang dikumpulkan.

Kewirausahaan

Dari jawaban responden terhadap kesepuluh butir pertanyaan mengenai aspek kewirausahaan, identifikasi derajat jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh responden adalah sebagai berikut:

a. Percaya Diri

Sebanyak 50% dari responden menyatakan memiliki rasa percaya diri dalam melakukan pekerjaan sebagai pengrajin.

b. Motivasi Diri

Sebanyak 80% dari responden memiliki motivasi diri untuk mencapai tujuan sedangkan 20% sisanya tidak memiliki motivasi diri.

c. Menyukai Tantangan

Jumlah responden yang menyukai tantangan dalam pekerjaan 90% dan jumlah responden yang tidak menyukai tantangan hanya 10%.

d. Kepemimpinan

Sebanyak 86,67% dari responden terbiasa mengambil peran pemimpin dalam kelompok dan 13,33% sisanya tidak terbiasa mengambil peran kepemimpinan.

e. Memperluas Pengetahuan

Sebesar 90% dari responden yang memanfaatkan kesempatan untuk memperluas pengetahuan dengan membaca dan mengikuti kursus

- sedangkan 10% sisanya tidak berkeinginan untuk memperluas pengetahuan.
- f. Komunikasi
Separuh dari responden menyatakan dapat berkomunikasi dengan orang lain sedangkan sisanya tidak dapat berkomunikasi secara baik dengan orang lain.
- g. Pendengar yang Baik
Separuh dari responden (53,33%) menyatakan diri sebagai pendengar yang baik sedangkan separuh yang lainnya (46,67%) menyatakan bukan seorang pendengar yang baik.
- h. Prestasi
Sebanyak 60% dari responden tidak mampu mengembangkan prestasi dan hanya 40% dari responden yang menyatakan dapat berprestasi dan berkembang secara personal.
- i. Citra Diri
Sebanyak 43,33% dari responden menyatakan memiliki citra diri yang positif sedangkan sisanya sebanyak 56,67% menyatakan tidak memiliki citra diri yang positif.
- j. Pengambilan Keputusan
Sebanyak 30% dari responden menyatakan mampu membuat keputusan dengan mudah dan penuh keyakinan sedangkan sisanya sebanyak 70% menyatakan tidak.
- Derajat kualifikasi jiwa kewirausahaan responden dapat diketahui dengan memberikan skor untuk masing masing butir pertanyaan yaitu jawaban “Ya” diberi nilai 1 dan jawaban “Tidak” diberi nilai 0. Skor aspek kewirausahaan diilustrasikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1

Skor Aspek Kewirausahaan

No	Uraian	Ya (1)	Tidak (0)
1	Percaya Diri	15	15
2	Motivasi Diri	24	6
3	Menyukai Tantangan	27	3
4	Kepemimpinan	26	4
5	Memperluas Pengetahuan	27	3
6	Komunikasi	15	15
7	Pendengar yang Baik	16	14
8	Berprestasi	12	18
9	Citra Diri yang Positif	13	17
10	Pembuat Keputusan	9	21
	Jumlah Skor	184	
	Rata-Rata Skor	6,1	

Sumber : Data Primer Diolah,

Tabel 1 memperlihatkan bahwa skor total yang diperoleh dari aspek kewirausahaan adalah 184 dengan rata-rata skor 6,1, berarti untuk dapat mencapai ideal, derajat jiwa wirausaha pengusaha kecil saat ini baru dalam posisi 20%. Untuk mencapai posisi ideal masih diperlukan upaya untuk meningkatkannya, sementara 80% dari responden menyatakan setuju untuk berpartisipasi.

Pengusaha kecil belum belum berorientasi pada prestasi (10%), belum memiliki jiwa kepemimpinan (13%), belum memiliki kemauan untuk memperluas pengetahuan (10%), belum menyukai tantangan (46,67%), belum dapat berkomunikasi (50%), belum dapat menjadi pendengar yang baik (46,67%), belum memiliki motivasi diri (20%) belum memiliki kemampuan membuat keputusan (70%), belum memiliki citra diri yang positif (56,67%) dan belum memiliki rasa percaya diri sebesar 50%.

Manajemen dan Organisasi

Secara umum profil usaha pengrajin adalah berbentuk usaha perorangan (43,33%), berskala usaha kecil (46,67%), dengan jenis usaha adalah industri kerajinan (100%), yang dapat dikatakan sebagai industri rumah tangga (*home industry*) karena rata-rata memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang (100%).

Terbentuknya usaha adalah dari hasil usaha sendiri (66,33%) dengan lama usaha sebagian besar diatas lima tahun (33,33%). Walaupun usaha sebagian besar adalah sebagai pekerjaan pokok (86,33%) namun tujuan pendirian usaha adalah untuk mencari keuntungan (80%).

Kondisi pengelolaan usaha pengrajin digali dengan 8 butir pertanyaan yang meliputi aspek perijinan usaha, pereneanaan usaha serta aspek pengorganisasian. Derajat pengelolaan usaha diketahui dengan memberikan skor 0 untuk jawaban “Tidak Ada” serta skor 1, 2 dan 3 untuk jawaban “Ada” dalam kondisi “kurang”, “cukup” atau “baik”.

a. Perijinan Usaha

Sebanyak 57% dari responden tidak memiliki perijinan usaha (SIUP, TDP, NPWP, Akte Pendirian) dan 43% memiliki SIUP.

b. Pembagian Tugas dan Wewenang

Sebanyak 43% dari responden tidak melakukan pembagian tugas dan mendelegasikan wewenang, 57% sisanya melakukannya dalam kondisi “kurang”, “cukup” dan “baik”.

c. Diskripsi Pekerjaan

Sebanyak 50% dari responden tidak memiliki uraian tugas secara jelas, dari

50% sisanya memiliki dalam kondisi “kurang”, “cukup” dan “baik”.

d. Peraturan Gaji dan Kpegawaian

Sebanyak 46% dari responden tidak memiliki peraturan gaji dan kepegawaian, dan sisanya (54% dari responden) menyatakan memiliki akan tetapi dalam kondisi yang kurang baik.

e. Perencanaan Usaha

Lima puluh prosen responden tidak membuat perencanaan usaha, dan 50% sisanya membuat dengan kondisi kurang baik dan cukup baik.

f. Pengarahan Kegiatan

Sebanyak 50 % responden tidak melakukan pengarahan dalam pelaksanaan kegiatan , 50 % melakukan dengan kurang baik, cukup baik dan baik.

g. Koordinasi dan Komunikasi

Sebanyak 50 % responden tidak melaksanakan koordinasi dan komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan, dan 50% melaksanakannya dengan kurang baik, cukup baik dan baik.

h. Pengawasan Kegiatan

Sebanyak 50 % responden tidak melakukan pengawasan terhadap jalannya kegiatan, 50% melaksanakan pengawasan dengan cukup baik dan baik. Sebanyak 50% dari responden menyatakan setuju untuk berpartisipasi dalam pelatihan manajemen usaha.

Pemasaran

Gambaran umum mengenai kegiatan pemasaran handycraft yang dilakukan oleh pengrajin adalah: distribusi produk dilakukan melalui perantara/pengumpul (70%) dengan wilayah pemasaran yang sudah nasional (60%).

Dengan kondisi pembayaran penjualan secara kredit (0%) dan kontan (100%), dalam tiga tahun terakhir ada kecenderungan peningkatan kinerja usaha sebagai akibat peningkatan omset penjualan (100%) dan tingkat permintaan (100%). Kenaikan kinerja menurut responden disebabkan tidak adanya (sedikit) faktor persaingan (100%).

Kondisi obyektif kegiatan pemasaran usaha responden diidentifikasi dari jawaban 11 butir pertanyaan kepada responden yang meliputi aspek antara lain: perencanaan pemasaran, strategi pemasaran, dan keterampilan menjual. Derajat pengelolaan usaha diketahui dengan memberikan skor 0 untuk jawaban “Tidak Ada”, serta skor 1,2 dan 3 untuk jawaban “Ada” dalam kondisi “kurang”, “cukup” dan “baik”.

- a. Perencanaan Target Penjualan
Sebanyak 80% responden tidak merencanakan target penjualan dan 20% sisanya membuat perencanaan namun masih dalam kondisi yang kurang sempurna.
- b. Pencatatan Penjualan
Seratus prosen responden tidak membuat pencatatan penjualan.
- c. Penetapan Harga Jual
Delapan puluh enam prosen responden belum melakukan perhitungan harga jual produk.
- d. Memposisikan Produk
Seratus prosen responden belum melakukan upaya memposisikan produk di pasaran dengan variabel harga.
- e. Perencanaan Pemasaran
Dua puluh prosen prosen responden sudah membuat rencana pemasaran walaupun dalam bentuk yang masih sederhana sedangkan 80 prosen

sisanya belum membuat perencanaan pemasaran.

- f. Saluran Distribusi
Tiga puluh prosen responden memilih saluran distribusi sederhana yaitu menggunakan pengumpul yang mendatangi rumah responden sedangkan tujuh puluh prosen responden menjual langsung ke pasar.
- g. Promosi
Tiga belas prosen responden melakukan kegiatan promosi sederhana secara “getok tular” sedangkan sisanya sebagian besar tidak melakukan kegiatan promosi.
- h. Peramalan Permintaan
Tiga belas prosen responden membuat ramalan permintaan melalui *feeling* /intuisi sedangkan sisanya belum melakukan peramalan permintaan.
- i. Situasi Persaingan
Dua puluh tiga prosen responden tidak mengamati situasi persaingan secara visual tanpa melakukan penelitian sedangkan sisanya memberikan perhatian.
- j. Target Pasar
Semua responden secara sederhana menentukan target pasar bagi produknya.
- k. Ketrampilan Menjual
Semua responden diketahui memiliki sedikit ketrampilan menjual. Pemasaran sering menjadi kendala usaha kecil untuk berkembang terutama pada tahap perkembangan. Partisipasi dalam pelatihan pemasaran merupakan hal penting dan disetujui 73% responden.

Produksi

Sistem produksi usaha kecil handycraft adalah dengan sistem sesuai pesanan

dan proses (50% adalah sistem produksi harian). Sebagian besar pengrajin (100%) mengalaminya kemudahan dalam pengadaan bahan baku dan dengan kualitas yang bagus.

Kondisi riil usaha kecil dilihat dari aspek pengelolaan produksi dapat diidentifikasi dari jawaban 7 butir pertanyaan yang diberikan oleh responden. Derajat pengelolaan kegiatan produksi dapat diketahui dengan memberikan skor 0 untuk jawaban “Tidak Ada”, dan memberikan skor 1, 2 dan 3 bagi jawaban “Ada”

dengan kondisi “kurang”, “cukup” dan “baik”.

a. Perencanaan Produksi

Sebanyak 100% responden telah membuat perencanaan produksi dengan kategori “cukup baik”.

b. Perencanaan Kualitas Produksi

Secara sederhana 100% responden telah mampu merencanakan kualitas produksi.

c. Perencanaan Pengadaan Peralatan

Sebanyak 100% responden tidak melakukan perencanaan dalam pengadaan peralatan produksi yang digunakan.

d. Pengawasan Penggunaan Peralatan

Sebanyak 100% responden tidak melakukan pengawasan dalam penggunaan peralatan.

e. Administrasi Produksi

Sebanyak 100% responden tidak menyelenggarakan kegiatan administrasi produksi.

f. Pengawasan Kualitas Produksi

Semua responden belum melaksanakan pengawasan kualitas dalam proses produksi.

g. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Sebanyak 100 % responden tidak menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan upaya keselamatan dan kesehatan kerja dalam proses produksinya.

Alasan responden tertarik mengikuti pelatihan handycraft antara lain adalah:

produksi dapat dilakukan dengan peralatan yang mereka miliki (53 %), desain menarik (60 %), prospek permintaan cukup bagus (77 %) dengan prospek keuntungan cukup menjanjikan (80 %).

Keuangan

Gambaran umum mengenai aspek keuangan usaha kecil adalah permodalan sebagian besar bersumber dari tabungan pemilik (20%), dana operasional tidak cukup tersedia (50%), semua pengrajin memiliki rekening di bank (100%), pengelolaan keuangan ditangani pemilik (100%), kesulitan mengakses kredit perbankan (0%), modal kerja usaha berbentuk uang tunai (100%) dan tagihan (60%) dengan kondisi lancar (100%) sedangkan aktiva lancar berupa tagihan jumlahnya sedikit (100%). Kinerja usaha dilihat dari keuntungan selama tiga tahun terakhir menunjukkan kecenderungan menaik (100%).

Derajat pengelolaan keuangan usaha kecil diperoleh dari jawaban 8 butir pertanyaan yang diberikan oleh responden yang diberi nilai 0 untuk jawaban “Tidak Ada”, serta skor 1,2 dan 3 untuk jawaban “Ada” dalam kondisi “kurang”, “cukup” dan “baik”.

a. Penyimpanan Bukti Transaksi

Seratus persen responden tidak menyimpan bukti transaksi.

b. Pencatatan Transaksi

Seratus persen responden tidak melakukan pencatatan transaksi keuangan.

- c. Pencatatan Aliran Kas
Seratus prosen responden tidak melakukan pencatatan aliran kas.
- d. Perencanaan Aliran Kas
Seratus prosen responden tidak memiliki perencanaan kas.
- e. Perencanaan Keuntungan
Nol responden tidak mempunyai perencanaan keuntungan usaha dan 100 prosen responden yang merencanakan keuntungan yang diinginkan dalam usahanya.
- f. Pengendalian Aliran Kas
Seratus prosen responden tidak melakukan pengawasan atas terjadinya penyimpangan terhadap anggaran kas yang disusunnya.
- g. Pengendalian Keuntungan
Seratus prosen responden melakukan pengendalian terhadap keuntungan yang diperoleh.
- h. Pemisahan Kekayaan Pribadi dan Usaha
Seratus prosen responden tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dan usaha.

Dari jawaban kuesioner yang diberikan responden, 83 % responden menyatakan kesediaan untuk berpartisipasi dalam pelatihan pengelolaan keuangan usaha.

Kewirausahaan

Potensi kebutuhan pelatihan dibidang kewirausahaan terutama adalah dalam merencanakan usaha, mengelola waktu secara efektif, berpikir kreatif dan inovatif, mengembangkan etos kerja, wirausaha, dan membentuk kepribadian wirausaha.

Manajemen Organisasi

Secara umum profil usaha adalah usaha

berskala kecil termasuk kategori industri kecil rumah tangga dengan jenis usaha kerajinan handycraft. Terbentuknya usaha sebagian besar adalah dari usaha sendiri dengan lama usaha rata rata diatas lima tahun. Walaupun usaha sebagian besar adalah pekerjaan pokok namun tujuan pendirian usaha mayoritas adalah mencari keuntungan.

Potensi kebutuhan pelatihan dibidang manajemen organisasi terutama adalah dalam ketrampilan mengelola usaha, organisasi usaha, prospek usaha kecil, bentuk usaha dan perijinan, kerjasama dan kemitraan, serta *lobbying* dan negosiasi.

Pemasaran

Gambaran umum mengenai kegiatan pemasaran usaha kecil adalah wilayah pemasaran masih bersifat lokal tetapi untuk pengrajin yang sudah besar sudah sampai ke ekspor. Potensi kebutuhan pelatihan dibidang pemasaran terutama terfokus pada teknik menjual, strategi pemasaran, peluang pasar, analisis pesaing, analisis pasar, dan informasi pemasaran.

Produksi

Sistem produksi usaha kecil adalah berdasarkan pesanan dan proses, sementara sebagian besar pengrajin mengalami kesulitan pengadaan bahan baku yang berkualitas. Walaupun situasi persaingan pasar handycraft cukup ketat dan ada kesulitan dalam menjual, responden memiliki motivasi untuk memiliki keterampilan teknis tentang handycraft sebelum terjun ke industri tersebut.

Keuangan

Pengelolaan keuangan mutlak ditangani

pemilik dan sebagian besar dari mereka memiliki rekening di bank. Perencanaan dan pengendalian keuangan serta pembukuan praktis untuk usaha kecil berpotensi menjadi kebutuhan pelatihan demikian pula wawasan tentang pemisahan kekayaan pribadi dan usaha.

Uji lapangan terbatas

Uji lapangan terbatas dilakukan pada UKM khusus untuk membuat tas batik dengan bahan kain perca yang dihiasi dengan bunga. Cara membuat ada di lampiran laporan penelitian ini. Jumlah peserta 30 UKM (daftar peserta terlampir).

Modul untuk pelatihan yang dibuat adalah:

1. Modul tas batik
2. Modul akuntansi
3. Modul kewirausahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil studi analisis kebutuhan pelatihan (tahapan penelitian tahun pertama) untuk mengidentifikasi model pelatihan yang sesuai guna meningkatkan kinerja usaha pengrajin handicraft melalui pendekatan konsep enterprising usaha kecil menghasilkan temuan sebagai berikut:

1. Ada kebutuhan pengrajin handicraft untuk mendapatkan pelatihan kewirausahaan dengan potensi kebutuhan yang disebabkan belum tercapainya standar enterprising rata-rata adalah sebesar 80 % yang berarti ± 80 % pelaku usaha kecil belum memiliki jiwa kewirausahaan dan belum menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan usaha dengan baik dan benar.
2. Spesifikasi kebutuhan dilihat dari masing-masing aspek dan urutan permasalahannya adalah

- a. 80 % usaha kecil membutuhkan pelatihan untuk mengembangkan sikap dan kepribadian wirausaha antara lain kemampuan untuk memimpin, memotivasi diri untuk menjadi manusia pembelajar dan orientasi pada pencapaian prestasi.
 - b. 73% usaha kecil membutuhkan pelatihan manajemen pemasaran yang memberikan pengetahuan untuk menyusun rencana pemasaran serta keterampilan dalam menjual.
 - c. 83 % usaha kecil membutuhkan pelatihan tentang pengelolaan keuangan usaha terutama yang berkaitan dengan perencanaan dan pengendalian keuntungan, praktek sehat pemisahan kekayaan pribadi dan usaha serta pembukuan praktis untuk usaha kecil.
 - d. 100 % usaha kecil membutuhkan pelatihan manajemen produksi handicraft khususnya di bidang penyelenggaraan administrasi produksi, pengendalian kualitas produksi dan pemahaman tentang keselamatan dan kesehatan kerja.
 - e. 50 % usaha kecil membutuhkan pelatihan manajemen untuk meningkatkan ketrampilan tentang pengorganisasian, pengetahuan tentang perijinan usaha serta keterampilan menyusun rencana usaha.
3. Dari data hasil observasi yang dilakukan terhadap responden berkaitan dengan aspek budaya dan keadaan sosial masyarakat dapat diidentifikasi bahwa model pelatihan yang tepat adalah model pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta, bersifat preskriptif, merupakan jenis pelatihan partisipatif dan

menggunakan pendekatan fasilitator.

4. Dengan melihat latar belakang tingkat pendidikan peserta maka disamping materi/ bahan ajar disesuaikan dengan kebutuhan peserta seperti yang sudah berhasil diungkap dalam studi analisa kebutuhan, juga harus disesuaikan dengan daya tangkap peserta. Ada tiga modul yang dikembangkan melalui penelitian ini yaitu:

Modul 1 : Kewirausahaan, Modul 2: Cara membuat tas batik dari bahan kain perca, Modul 3 : Pembukuan (akuntansi) Usaha Kecil, Kumpulan Bahan Ajar/modul yang merupakan produk dari penelitian ini disajikan di lampiran dari laporan penelitian ini.

Penelitian tahun kedua menjalankan model pelatihan yang dibutuhkan industri kreatif handycraft pada tahun pertama. Hak cipta diperoleh pada tahun kedua untuk desain batik yang diterapkan pada pelatihan.

Saran

Sebagai tindak lanjut dari produk yang dihasilkan melalui penelitian ini yang berupa model pelatihan dan modul pelatihan, sebagai langkah kedepan diperlukan:

1. Melakukan validasi atas model pelatihan dan modul pelatihan melalui uji judges (para ahli bidang terkait) dan lapangan terbatas (beberapa calon pengguna). Uji model pelatihan akan menguji apakah format pelatihan yang dirancang memungkinkan terjadinya proses pembelajaran dan transfer pengetahuan serta *skills* ke dalam dunia pekerjaan pengrajin. Uji kelayakan atas modul pelatihan akan menguji apakah modul pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan,

sesuai dengan daya tangkap peserta dan memungkinkan peserta ikut aktif.

2. Melakukan evaluasi dan revisi atas model pelatihan dan modul pelatihan yang telah menjalani uji kelayakan oleh para ahli bidang terkait dan calon pengguna.
3. Menerapkan model dan modul pelatihan yang telah dievaluasi dan direvisi kedalam bentuk pelatihan kewirausahaan dengan harapan akan terjadi peningkatan bidang afektif yaitu mulai berkembangnya jiwa kewirausahaan, peningkatan bidang psikomotorik berupa dimilikinya keterampilan handycraft dan peningkatan bidang kognitif yaitu meningkatnya pengetahuan manajemen usaha.
4. Melakukan riset evaluasi sejauh mana pelatihan kewirausahaan berbasis handycraft akan dapat menghasilkan produk yang bernilai ekonomis tinggi sehingga kinerja usaha pengrajin meningkat.
5. Menyampaikan *feed-back* dan *outcome* pelatihan kepada *stakeholder* sebagai langkah awal diseminasi model pelatihan kedalam ruang lingkup yang lebih luas.

Daftar Pustaka

Anju, Dwivedi. (2004), *Participatory Training Methodology*, Pondok Educational Publishers, Yogyakarta.

Morales dan Montes, (2006). Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. *Industrial Management & Data Systems*. Vol.106, No.1, pp.21-42

Djamaluddin, Subekti. Rahmawati dan Suyanto S. (2010). *Ibm (ipteks bagi masyarakat) pengrajin hiasan produk bebek yang didesain batik berbahan bambu bagi anak putus sekolah di desa sumber kecamatan trucuk kabupaten klaten. Hibah pengabdian DIKTI.*

Kompas, (2008), Menteri Perdagangan Republik

Indonesia Marie Eka Pangestu, Jakarta.

Nurlaela S., Rahmawati dan Celviana, (2009), *Training For Children Enterpreneurs In Trucuk Vilage Resources District Klaten. International Conference SMEs Empowerment: Rhetoric and Reality Fakultas Ekonomi UKSW Salatiga.*

Rahmawati, Nurlaela dan Sahid, (2009), *Inovative Method Response to Tecnological Fit Training Needs Designing Batik at Weave Fasten to Impecunious Society in Bayat Klaten. Fifth International Conference Global Academy Of Business & Economic Research di Kuala Lumpur, Malaysia.*

Rahmawati dan Nurlaela, (2009), *Model of Enterpreneurs Training in Tecnological Weave Fasten Strategi to Improve Business Performance in Jambakan Klaten, The 1st Indonesia International Conference on Inovation Enterpreneurship, and Small Businness ICIES, ITB, Bandung.*

Riani, Asri Laksmi, (2009). *Inovatif Entrepreneurship. Seminar Nasional Kewirausahaan. Universitas Sebelas Maret, 25 Maret 2009. Surakarta.*

Riani dan Rahmawati, (2010). *Candidate Through Formation of New Entrepreneurial Apprenticeship Program at the Village Batik Laweyan Surakarta. International Conference ON VTET Research and Networking SEAMEO VOCTECH di The Risqun International Hotel, Brunei Darussalam.*

Riani, Asri Laksmi. (2011). *Budaya Organisasi. Graha Ilmu. Yogyakarta.*

Soenarto, Rahmawati, Celviana dan Nurlaela. (2010). *Model of enterpreneurship efforts for improving performance of bamboo craftsman handycraff with batik design in village sumber trucuk, klaten district. International conference on vte research and networking seameo voctech di the risqun international hotel, Brunei Darussalam.*

Soenarto, Rahmawati, Celviana dan Nurlaela. (2010). *Entrepreneurship training model for improving performance of batik bamboo handycraft in klaten district, central java. Seminar nasional di Universitas Budi Luhur Jakarta.*

Zimmerer W. (2001). *Enterpreneurship and the new ventura. New jersey. Prentice Hall International Inc.*

PERNYATAAN/PENGHARGAAN

Ucapan terimakasih kepada pimpinan Fakultas Ekonomi dan Universitas Sebelas Maret Surakarta atas dana kompetitif hibah bersaing DIPABLU 2012 yang mendukung penelitian ini.

Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan dengan *Culture* dan *Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi: Studi Empiris Pada Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia

Indah Novita Sari
 Lulus Kurniasih
 Fakultas Ekonomi UNS
 inovita_sari@yahoo.com
 loez_80@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of culture and corporate governance on its corporate social responsibility disclosures. For further, this study aims to obtain the empirical evidence about the effect of corporate social responsibility on its corporate financial performance with culture and corporate governance as moderating variables. Corporate governance are identified as the proportion of the audit committee, the number of commissary board meetings, and the proportion of managerial ownership. The culture are identified as the proportion of Indonesian board of directors, Indonesian board of commissioners, and foreign ownership. Corporate social responsibility disclosures are measured by using corporate social responsibility index. Then, the corporate financial performance are measured by Return on Assets (ROA). This study includes firm size and leverage as control variables. Under purposive sampling method, 153 companies that listed in Indonesia Stock Exchange are selected. This study employed a data testing technique: classical assumption, descriptive statistic, and hypothesis test using ordinary least square regression. Analysis of statistical result that foreign ownership is a significant predictor to corporate social disclosure. The firm size as control variable also affects corporate social responsibility disclosure. In addition, culture and corporate governance have no significant effect in mediating the relationship between corporate social responsibility and corporate financial performance.

Keywords : *corporate social responsibility, culture, corporate governance, corporate financial performance*

PENDAHULUAN

Saat ini aktivitas perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Untuk memenuhi kepentingan *stakeholders* maka kinerja

perusahaan semakin diperluas, bukan hanya aspek finansial saja tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan.

Pada dasarnya, perusahaan yang memiliki perhatian terhadap lingkungan

dan sosialnya mempunyai nilai tambah dari pandangan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Pliefger, Fischer, Hupfer dan Eyerer (2005) mengatakan bahwa *shareholders* lebih tertarik dengan perusahaan yang mempunyai perhatian terhadap masyarakat dan lingkungannya karena hal tersebut dapat memberikan keuntungan yang diperoleh perusahaan atas kinerja sosial dan lingkungannya. Melalui pertanggungjawaban tersebut perusahaan dapat mengungkapkan informasi mengenai sejauh mana telah memberikan kontribusi bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Corporate governance merupakan salah satu kunci untuk melakukan pengawasan kinerja perusahaan termasuk dalam pelaksanaan tanggung sosial perusahaan. Penerapan *corporate governance* yang baik diharapkan akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan sehingga perusahaan akan mengungkapkan segala hal yang berkaitan dengan tindakan sosial dan lingkungan yang telah dilakukannya. Hal tersebut dikarenakan *corporate social responsibility disclosure* dapat dianggap sebagai salah satu pendekatan sukarela yang berada pada tingkat *beyond compliance*, sebagai respon dalam praktek bisnis di Indonesia yang memandang kegiatan sosial perusahaan sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing perusahaan (Daniri, 2007).

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Cooke (2005), Colbert dan Kuruez (2007), Fiori et al (2007), serta Fauzi dan Rahman (2008). Di Indonesia, penelitian

mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga telah banyak dilakukan, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Sayekti dan Wondabio (2007), Suhardjanto dan aulia (2009), serta Titisari et al (2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *culture* dan *corporate governance* yang direpresentasikan melalui *Indonesian board of directors*, *Indonesian board of commisioners*, jumlah komite audit independen, jumlah rapat dewan komisaris, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan asing terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah mekanisme *corporate governance* dengan unsur *culture* di dalamnya akan meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai strategi untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat sekaligus sebagai *entrenchment strategy* oleh manajemen perusahaan untuk mempertahankan karier manajerialnya secara pribadi yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan karena perusahaan harus menyediakan dana yang mencukupi untuk melaksanakan CSR.

Di Indonesia, penelitian mengenai CSR dan kinerja perusahaan sering dikaitkan dengan praktek manajemen laba, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Putri (2010). Sedikitnya penelitian mengenai hubungan CSR dan kinerja keuangan yang dipengaruhi oleh *corporate governance* yang berhubungan dengan *managerial entrenchment* mendorong peneliti untuk

melakukan penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai hubungan *corporate governance*, *culture*, *corporate social responsibility*, dan kinerja finansial perusahaan di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Konsep tentang legitimasi berkembang sejak adanya pemikiran mengenai '*Social contract*' yang dikemukakan oleh Jean-Jacques Rousseau (1712-1778). Inti dari pemikiran tersebut adalah bahwa dalam kegiatannya suatu entitas mempunyai kesepakatan tertentu dengan masyarakat agar perusahaan mematuhi nilai-nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Menurut Suchman (1995) dalam Haniffa dan Cooke (2005) teori legitimasi didefinisikan sebagai suatu persepsi atau asumsi masyarakat pada umumnya bahwa suatu perusahaan dalam kegiatannya harus sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan pemahaman yang berkembang di masyarakat. Dalam operasinya perusahaan harus mematuhi norma-norma dan nilai-nilai yang dianut masyarakat untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Oleh karena itu, perusahaan harus bersikap responsif atas perkembangan yang terjadi di masyarakat untuk mengurangi adanya *legitimacy gap*. Memberikan informasi mengenai *corporate social responsibility* merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat (Haniffa dan Cooke, 2005). Perusahaan dapat menyampaikan kinerja sosial yang telah dilakukannya melalui laporan tahunan perusahaan, media masa, *website* perusahaan, maupun

laporan terpisah mengenai kinerja sosial perusahaan.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori tersebut berkaitan dengan hubungan antara manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Menurut Jensen dan Meckling (1976) hubungan keagenan adalah suatu hubungan antara manajemen sebagai *agent* dan investor sebagai *principal* yang keduanya saling bekerja sama, tetapi dalam posisi yang berbeda dengan menggunakan kontrak atau perjanjian tertentu. Dalam prakteknya, terdapat konflik dalam hubungan tersebut akibat adanya perbedaan kepentingan antara *agent* dan *principal*. Permasalahan terjadi ketika *agent* dan *principal* mempunyai pandangan yang berbeda dalam hal pemberian informasi yang digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusannya termasuk dalam pemberian insentif kepada manajemen. Konflik tersebut disebut dengan konflik keagenan.

Terjadinya perbedaan kepentingan tersebut menimbulkan asimetri informasi antara *agent* dan *principal* sehingga menimbulkan adanya *agency cost* atau biaya keagenan. Karena adanya biaya-biaya keagenan yang berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan maka diperlukan strategi-strategi tertentu untuk menghindari terjadinya biaya tersebut. Konflik keagenan tersebut juga dapat diminimalkan dengan dilakukannya pengungkapan sukarela termasuk pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan. Pengungkapan tersebut menunjukkan iktikad baik perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam pertanggungjawabannya atas kinerja

perusahaan. Selain itu, hal tersebut dapat meminimalisasi biaya keagenan sehingga akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Culture, Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Disclosure, dan Kinerja finansial perusahaan

Menurut Cohen (1974) dalam Haniffa & Cooke (2005) *Culture* dapat diartikan sebagai persepsi loyalitas suatu komunitas atau kelompok etnis tertentu yang mempunyai pola pemikiran dan kebiasaan yang sama secara normatif. Hal tersebut mungkin dilakukan untuk mengakui adanya nilai-nilai yang berbeda antara komunitas atau kelompok etnis tertentu.

Sedangkan *corporate governance* dapat diartikan sebagai suatu sistem yang menjelaskan hubungan antara manajemen dan *stakeholder*. Menurut Sutedi (2011), dalam mekanismenya *corporate governance* terdiri dari berbagai subsistem dan aturan-aturan tertentu (*code of conduct*) serta hukum yang berlaku.

Konsep *corporate governance* pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1999. Berdasarkan Keputusan Menko Bidang Perekonomian Nomor: KEP/31/M.EKUIIN/08/1999 mengenai Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance (KNKCG) pemerintah mulai memperkenalkan konsep *corporate governance* di Indonesia. Pada tahun 2001 komite ini menerbitkan Pedoman Umum Good Corporate Governance (GCG) yang memuat prinsip-prinsip dasar mengenai pelaksanaan GCG bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dalam perkembangannya, berdasarkan

KEP/49/M.EKON/11/2004 KNKCG berganti nama menjadi KNKG (Komite Nasional Kebijakan Governance) yang terdiri dari Sub-Komite Publik dan Sub-Komite Korporasi. Menurut FCGI (2003), terdapat dua sistem yang menjelaskan mengenai bentuk dewan dalam perusahaan, yaitu *The Anglo-American System* dan *The Continental Europe System*. Indonesia merupakan negara yang menganut *dual-board system* atau *continental system*. Lebih lanjut, Indonesia juga merupakan negara yang terdiri dari berbagai etnis. Adanya etnis-etnis tertentu dalam masyarakat menyebabkan perbedaan pandangan dalam kinerja suatu perusahaan. Hal tersebut juga akan mempengaruhi ekspektasi masyarakat terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dewan komisaris sebagai pihak yang melaksanakan fungsi pengawasan serta dewan direksi sebagai fungsi eksekutif perusahaan mempunyai pengaruh dalam proses pembuatan keputusan di perusahaan. Termasuk dalam pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan. Pimpinan perusahaan (*top management*) diharapkan mempunyai perhatian yang tinggi terhadap nilai-nilai kebudayaan yang berkembang di masyarakat agar dapat menjalankan kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan nilai-nilai yang berkembang di masyarakat.

Hasil penelitian Haniffa dan Coke (2005) menyajikan bukti empiris bahwa *board dominated by Malay director, Executive director, chairman with multiple directorship*, dan *foreign ownership* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *CSR disclosure*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan

oleh Sembiring (2005) menunjukkan bahwa jumlah anggota dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate social disclosure*. Kaitannya dengan budaya, dewan komisaris yang berasal dari Indonesia dianggap mengerti dengan nilai-nilai yang berkembang di masyarakat untuk dapat mengungkapkan tanggung jawab sosial suatu perusahaan.

Brick dan Chidambaram (2007) menyatakan bahwa semakin banyak rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris selama satu tahun maka akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan. Seringnya frekuensi pertemuan atau rapat dewan komisaris diharapkan mampu meningkatkan peran dewan komisaris dalam melaksanakan akuntabilitas perusahaan termasuk dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*. Mengacu pada Corporate Governance Guidelines (2007), dewan komisaris diwajibkan untuk memiliki jadwal rapat tetap dan jadwal rapat tambahan apabila diperlukan. Hal ini dilakukan untuk mengontrol apakah operasi perusahaan telah berjalan sesuai dengan kebijakan dan strategi perusahaan. Selain dewan komisaris, komite audit merupakan bagian penting dalam corporate governance dalam melakukan pengawasan terhadap kinerja perusahaan (KNKG, 2006). Adanya komite audit dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Ho dan Wong, 2001).

Struktur kepemilikan perusahaan berhubungan dengan kepentingan *shareholders* terhadap kepemilikan sahamnya di perusahaan. Rustiarini (2009) telah melakukan penelitian mengenai kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan sukarela di Indonesia dan

menemukan hubungan negatif. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Rosmasita (2007) yang menemukan hubungan yang positif kepemilikan manajerial terhadap *corporate social responsibility disclosure* di Indonesia.

Selain kepemilikan manajerial, Kepemilikan saham asing (*foreign ownership*) juga merupakan unsur penting *corporate governance* dalam konteks penelitian ini. Kepemilikan asing dianggap sebagai pihak yang *concern* terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Rustiarini, 2010). Tanimoto dan Suzuki (2005) telah melakukan penelitian di Jepang dan menemukan bukti bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Cooke (2005) yang telah menemukan hubungan kepemilikan saham asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian hipotesis-hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H1: *Indonesian board of directors* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

H2 : *Indonesian board of commissioner* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

H3 : Jumlah rapat dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

H4 : Jumlah komite audit independen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

H5 : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

H6 : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

Kinerja perusahaan merupakan hasil yang diperoleh dari proses manajemen. Kinerja perusahaan dapat diukur ketika rencana strategi telah diimplementasikan oleh perusahaan. Fauzi (2007) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai kemampuan perusahaannya dalam mencapai tujuan perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, dalam konteks *corporate governance* kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan pengimplementasian *good corporate governance* oleh suatu entitas.

Pengukuran kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai perspektif. Ventrakaman dan Ramanujam (1986) dalam Fauzi (2007) mengklasifikasikan *business performance* ke dalam dua kategori, yaitu kinerja operasional dan kinerja keuangan perusahaan. Kinerja operasional meliputi : harga pasar saham, kualitas produk, dan efektivitas dalam pemasaran produk.

Penelitian-penelitian mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan terhadap indikator-indikator kinerja perusahaan seperti profitabilitas, ROA & ROE Mahoney & Robert, 2007; Fauzi et al, 2007), harga saham (Fiori et al, 2007) maupun *return saham* (Bramer et al, 2005) telah banyak dilakukan baik di

Indonesia maupun di luar negeri. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai ukuran *financial performance* karena penggunaan ROA lebih mencerminkan kinerja perusahaan sesungguhnya. Menurut Fauzi et al (2007) ROA tidak hanya menyoroti profit yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga mencakup penggunaan aset dalam kinerja perusahaan.

Ruf et al (2001) dalam Fauzi et al (2007) mengatakan bahwa tanggung jawab utama perusahaan adalah mensejahterakan pemegang sahamnya dan pengeluaran untuk tanggung jawab sosial dianggap sebagai penyimpangan yang dilakukan oleh manajemen. Jika perusahaan gagal dalam mengakomodasikan kepentingan masing-masing *stakeholders* maka akan menyebabkan konflik bagi perusahaan. Konflik tersebut dikarenakan dalam penyelenggaraan tanggung jawab sosial terjadi pengeluaran biaya tambahan yang akan mempengaruhi *corporate sosial performance* dan *corporate financial performance*.

Manajemen yang baik akan meningkatkan hubungan positif dengan *stakeholders* yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kinerja finansial perusahaan. Hubungan positif tersebut dapat diwujudkan dengan dilaksanakannya tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosialnya dituntut untuk menyediakan dana yang mencukupi untuk mendukung aktivitas sosialnya. Pada akhirnya perusahaan harus lebih efektif dalam menggunakan sumber daya yang dimilikinya (Orlitzky et al, 2003).

Hal lain yang berhubungan dengan

corporate governance, *corporate social responsibility*, dan kinerja keuangan perusahaan adalah adanya dugaan bahwa manajer seringkali menerapkan strategi-strategi tertentu untuk mempertahankan karir pribadinya. Hal inilah yang disebut dengan *managerial entrenchment strategy*. Dalam melakukan *managerial entrenchment*, manajer memerlukan dukungan dari *stakeholders*. Salah satu cara untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholders* adalah dengan melaksanakan *corporate social responsibility* (Surroca dan Tribo, 2006). Bagaimanapun, perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* harus menyediakan dana yang mencukupi yang akan memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dalam konteks *managerial entrenchment* dan kinerja finansial perusahaan, CSR dapat berperan sebagai variabel yang dapat memberikan efek positif maupun negatif. Menurut Surroca dan Tribo (2006), manajer perusahaan-perusahaan yang mendapat pengaruh eksternal yang lebih kuat, seperti perusahaan-perusahaan di negara *Anglo-Saxon* akan mengimplementasikan *entrenchment strategy* secara jangka panjang. Hal tersebut karena perusahaan akan memperoleh keuntungan secara jangka panjang dari pihak-pihak eksternal perusahaan, yaitu dari *supplier*, *customers*, maupun dari *investor* dengan kontrak jangka panjang. Konsekuensinya, perusahaan akan memperoleh keuntungan secara jangka panjang yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Namun, implementasi *entrenchment strategy* akan memberikan efek negatif

terhadap *financial performance* pada perusahaan-perusahaan yang mempunyai kontrol internal yang kuat dalam tata kelola perusahaannya (*continental system*). Hal tersebut dikarenakan pada situasi tersebut *entrenchment strategy* hanya digunakan manajer untuk mempertahankan karir pribadinya. Lebih lanjut, di negara dengan kontrol internal yang kuat mekanisme *entrenchment strategy* dengan *anti-takeover* yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan cenderung tidak dapat diterapkan. Untuk itu, manajer menggunakan *corporate social responsibility* sebagai strategi baru untuk memperoleh dukungan dari *stakeholders* (Cespa dan cestone, 2004). Tindakan tersebut akan memberikan efek negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan, bagaimanapun perusahaan harus mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cespa dan Cestone (2002) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *corporate governance* yang berkaitan dengan *managerial entrenchment* dan *corporate social responsibility* terhadap *shareholders benefit*. Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Surroca dan Tribo (2006) yang telah melakukan penelitian mengenai *managerial entrenchment* baik secara internal maupun eksternal dan menemukan bukti bahwa *corporate social responsibility* mempunyai efek yang positif terhadap kinerja finansial perusahaan dalam hubungan *managerial entrenchment* secara eksternal, serta hubungan yang negatif dalam hubungan *managerial entrenchment* dengan mekanisme internal *corporate governance*. Sedangkan

penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Dianita (2010) menemukan bahwa suatu perusahaan akan meningkatkan tanggung jawab sosialnya karena adanya praktek manajemen laba dalam perusahaan tersebut.

Penelitian ini lebih berfokus pada mekanisme *corporate governance* secara internal. Hal ini dikarenakan penelitian ini mengambil sampel di wilayah Indonesia yang menganut *two-board system corporate governance* seperti di negara-negara *continental* lainnya. Untuk itu, kinerja finansial perusahaan diukur dengan menggunakan *return on asset* (ROA). Hal itu karena pengukuran kinerja secara akuntansi dengan menggunakan ROA lebih berfokus pada kinerja finansial perusahaan secara internal. Menurut Fauzi et al (2007) ROA tidak hanya menyoroti profit yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga mencakup penggunaan aset dalam kinerja perusahaan sehingga dapat menunjukkan kinerja finansial perusahaan yang sesungguhnya. Berdasarkan uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis: H_7 : *Corporate governance* dan *culture* memperkuat pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap kinerja finansial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi *literature* di mana seluruh data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu informasi yang diperoleh dari data-data terdahulu yang sudah ada (Sekaran, 2006). Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan (*financial report*) dan laporan tahunan perusahaan (*annual*

report). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari publikasi laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari situs Bursa efek Indonesia (www.idx.co.id), Indonesian Capital Market Directory Index (ICMD), dan situs perusahaan terkait.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kecuali perusahaan yang bergerak di sektor finansial (banking, sekuritas, dan asuransi). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini *purposive sampling* sehingga sampel yang dipilih adalah sampel yang memiliki karakteristik tertentu yang mendukung penelitian ini. Pemilihan sampel dilakukan dengan beberapa kriteria, diantaranya adalah :

1. Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2010.
2. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangannya dengan mata uang Rupiah.
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunannya pada tahun 2010.
4. Perusahaan yang mengungkapkan dengan jelas anggota dewan komisaris dan dewan direksinya dilengkapi dengan foto karena dalam penelitian ini menguji mengenai latar belakang etnis dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan.

Dari kriteria tersebut, maka total sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 258 perusahaan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1
Kriteria Pengambilan Sampel
Penelitian

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010	428
Perusahaan sektor banking, asuransi, dan sekuritas	(72)
Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> pada tahun 2010	(98)
Total perusahaan yang menjadi sampel	258

Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

a. *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Corporate social responsibility diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility index (CSRI)*. Checklist diukur dengan melihat pengungkapan sosial yang dikategorikan dalam tujuh kategori yang diadopsi oleh Hackston dan Milne (1996). Setelah disesuaikan dengan kondisi dan lingkungan Indonesia, terdapat 78 item pengungkapan sosial (Sembiring, 2005).

b. Kinerja Finansial Perusahaan

Variabel dependen untuk menguji hipotesis pada model kedua dalam penelitian ini adalah kinerja finansial perusahaan atau *corporate financial performance (CFP)*. Kinerja finansial diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)* yang merupakan rasio laba sebelum pajak dan total asset.

2. Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. *Indonesian Board of Directors (INBOD)*

Penelitian Haniffa dan Cooke (2005) menyatakan bahwa latar belakang etnis *chief executive director* suatu perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Malaysia. Dalam penelitian ini proporsi dewan direksi yang mempunyai latar belakang pribumi dihitung dengan membandingkan jumlah dewan direksi pribumi dengan jumlah keseluruhan dewan direksi perusahaan.

b. *Indonesian Board of Commissioners (INBOC)*

Dalam penelitian ini proporsi dewan komisaris yang mempunyai latar belakang pribumi dihitung dengan membandingkan jumlah dewan komisaris pribumi dengan jumlah keseluruhan dewan komisaris perusahaan.

c. Jumlah Anggota Komite Audit

Keberadaan komite audit independen dipandang dapat meningkatkan kualitas pengawasan operasional perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ho dan Wong (2001) yang menemukan bahwa proporsi komite audit independen berpengaruh terhadap pengungkapan sukarela suatu perusahaan. Keberadaan proporsi komite audit independen yang sesuai diharapkan dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini jumlah komite audit independen diukur dari jumlah anggota komite audit independen suatu perusahaan.

d. Jumlah Rapat Dewan Komisaris

Brick dan Chidambaram (2007) menyatakan bahwa semakin banyak rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris selama satu tahun maka

akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan. Seringnya frekuensi pertemuan atau rapat dewan komisaris diharapkan mampu meningkatkan peran dewan komisaris dalam melaksanakan akuntabilitas perusahaan termasuk dalam pengungkapan *corporate social responsibility disclosure*. Dalam penelitian ini jumlah rapat dewan komisaris diukur dari jumlah kehadiran dewan komisaris dalam rapat-rapat rutin maupun rapat insidental yang diselenggarakan oleh perusahaan selama satu tahun.

e. Kepemilikan Manajerial (*Managerial Ownership*)

Kepemilikan manajerial merupakan kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki sebagian saham dari suatu perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan presentase kepemilikan saham oleh manajer perusahaan. Dalam penelitian ini kepemilikan manajerial (*managerial ownership*) diukur dari presentase saham yang dimiliki oleh manajer perusahaan. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan manajer adalah dewan direksi dan dewan komisaris perusahaan.

f. Kepemilikan Asing (*Foreign Ownership*)

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham perusahaan-perusahaan di Indonesia oleh lembaga atau individu asing. Tanimoto dan Suzuki (2005) telah melakukan penelitian di Jepang dan menemukan bukti bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Cooke (2005) yang telah

menemukan hubungan kepemilikan saham asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Mengacu pada penelitian sebelumnya, kepemilikan asing (*foreign ownership*) diukur dari presentase saham yang dimiliki oleh lembaga maupun individu asing.

g. *Corporate social responsibility*

CSR diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility index* (CSRI). *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial yang dikategorikan dalam tujuh kategori yang diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996), yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (K3), tenaga kerja, hal-hal lain yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, produk, masyarakat, dan kinerja sosial secara umum. Setelah disesuaikan dengan kondisi dan lingkungan Indonesia, terdapat 78 item pengungkapan sosial (Sembiring, 2005).

CSR diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan sosial melalui pendekatan dikotomi yaitu setiap item diberi nilai 1 apabila diungkapkan dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan, selanjutnya setiap item dijumlahkan untuk melihat skor pengungkapan sosial perusahaan (Haniffa et.al, 2005). Rumus untuk menghitung CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$ = *corporate social responsibility index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = jumlah *item* yang diungkapkan oleh perusahaan j

n_j = jumlah *item* untuk perusahaan j ,
 $n_j \leq 78$

3. Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *culture* dan *corporate governance* yang diproksikan dengan Indonesian board of directors, Indonesian board of commissioners, komite audit, jumlah rapat dewan komisaris, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan asing. Teknik pengukuran variabel pemoderasi sama dengan pengukuran *culture* dan *corporate governance* sebagai variabel independen.

4. Variabel Kontrol

a. *Size*

Firm size merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan kinerja sosial perusahaan (Suhardjanto dan Miranti, 2009). Perusahaan yang besar dipandang sebagai perusahaan yang lebih banyak melakukan kegiatan yang lebih banyak sehingga dapat memberikan dampak yang besar pula terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan besar sering banyak mendapat sorotan dari masyarakat. Dalam penelitian ini *firm size* diukur dengan menggunakan logaritma dari total asset.

b. *Leverage*

Penelitian ini menggunakan pendekatan Freedman dan Jaggi (2005) dalam mengukur tingkat *leverage* perusahaan, yaitu menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER merupakan perbandingan antara *total liabilities* dan *total equity*.

Metode Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini digunakan analisis regresi. Pengaruh *culture* dan *corporate governance* terhadap *corporate social responsibility disclosure* diuji dengan persamaan statistik berikut ini:

$$CSR = \lambda_1 + \lambda_2 INBOD + \lambda_3 INBOC + \lambda_4 RAKOM + \lambda_5 KOMAUD + \lambda_6 MANOWN + \lambda_7 FOROWN + \lambda_8 SIZE + \lambda_9 LEV + e$$

Sedangkan hipotesis ketujuh dalam penelitian ini menguji pengaruh *culture* dan *corporate governance* pada hubungan *corporate social responsibility disclosure* terhadap kinerja finansial perusahaan. Adapun persamaan statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut yaitu:

$$ROA = \beta_1 + \beta_2 INBOD + \beta_3 INBOC + \beta_4 AUD + \beta_5 RAKOM + \beta_6 MANOWN + \beta_7 FOROWN + \beta_8 CSR + \beta_9 INBOD * CSR + \beta_{10} INBOC * CSR + \beta_{11} AUD * CSR + \beta_{12} RAKOM * CSR + \beta_{13} MANOWN * CSR + \beta_{14} FOROWN * CSR + \beta_{15} SIZE + \beta_{16} LEV + e$$

Keterangan:

$\lambda_1 - \lambda_8$	=	koefisien Regresi model 1
$\beta_1 - \beta_{16}$	=	Koefisien Regresi model 2
ROA	=	<i>Return on Asset</i>
CSR	=	<i>Corporate Social Responsibility</i>
INBOD	=	Proporsi <i>Indonesian Board of Directors</i>
INBOC	=	Proporsi <i>Indonesian Board of Commissioners</i>
RAKOM	=	Rapat Dewan

KOMAUD	Komisaris = Jumlah Komite Audit Independen
MANOWN	= <i>Managerial Ownership</i>
FOROWN	= <i>Foreign Ownership</i>
INBOD*CSR	= Moderasi <i>Indonesian Board of Directors</i> dan CSR
INBOC*CSR	= Moderasi <i>Indonesian Board of Commissioners</i> dan CSR
AUD*CSR	= Moderasi Jumlah Komite Audit dan CSR
RAKOM*CSR	= Moderasi Jumlah Rapat Dewan Komisaris dan CSR
MANOWN*CSR	= Moderasi <i>Managerial Ownership</i> dan CSR
FOROWN*CSR	= Moderasi <i>Foreign Ownership</i> dan CSR
SIZE	= Ukuran Perusahaan
LEV	= <i>Leverage</i>
E	= <i>Error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan Sampel dan Statistik Deskriptif

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel diperoleh sebanyak 153 perusahaan. Rincian perusahaan sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Pengumpulan Data Perusahaan

Keterangan		Jumlah Perusahaan
Perusahaan Sektor Nonfinansial	371	
Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>annual report</i>	(113)	
Perusahaan dengan informasi yang tidak lengkap	(105)	
Total perusahaan sampel		153

Sumber: Hasil observasi data

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata *board of director* pribumi sebesar 0,53 atau 53% dari keseluruhan jumlah dewan direksi dalam suatu perusahaan. Sedangkan rata-rata komposisi *board of commissioners* pribumi sebesar 58% dari keseluruhan dewan komisaris. Rata-rata perusahaan-perusahaan di Indonesia mempunyai CSR *index* sebesar 0,52 yang berarti bahwa rata-rata perusahaan di Indonesia mengungkapkan sebanyak 41 item dari 78 item pengungkapan CSR. Sedangkan rata-rata kemampuan finansial perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* sebesar 9,47%.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Model 1

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda setelah melalui uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Pada model penelitian yang pertama uji asumsi klasik dapat terpenuhi, tetapi pada model penelitian yang kedua terdapat masalah pada uji normalitas sehingga peneliti harus mengeluarkan sebanyak tujuh data outlier. Selain itu pada model kedua nilai VIF pada uji multikolinearitas lebih dari 10% hal tersebut dikarenakan adanya moderasi antar variabel penelitian. Hasil pengujian hipotesis model pertama yang menguji hipotesis pertama sampai dengan hipotesis keenam dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis Model 1

Variabel	Koefisien	Sig (p-value)	Adjusted R ²
INBOD	-0,013	0,714	
INBOC	0,015	0,687	
AUD	-0,017	0,370	
RAKOM	0,003	0,125	
MANOWN	0,001	0,571	0,303
FOROWN	0,001	0,075**	
Size	0,095	0,000*	
Leverage	0,000	0,109	
F statistic = 7,817		0,000*	

* Secara statistik signifikan pada tingkat 0,05

* Secara statistik signifikan pada tingkat 0,1

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen adalah *foreign ownership* dengan *p-value* yang diperoleh sebesar 0,075 artinya bahwa *foreign ownership* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada tingkat 10%. Hal ini menunjukkan bahwa hanya Hipotesis keenam (H6) yang dapat diterima dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan *size* dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*p-value* = 0,000), yang berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada tingkat 5%. Sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Pengujian Hipotesis Model 2

Tabel berikut ini menyajikan uji statistik model kedua yang akan menjelaskan hasil dari hipotesis ketujuh dalam penelitian ini.

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis Model 2

Variabel	Koefisien	Sig (p-value)	Adjusted R ²
INBOD	3,373	0,844	
INBOC	0,582	0,975	
AUD	0,491	0,968	
RAKOM	-1,282	0,423	
MANOWN	-0,719	0,589	
FOROWN	-0,346	0,074**	
CSR	0,870	0,990	
SIZE	-0,151	0,939	0,037
LEV	0,003	0,798	
INBOD_CSR	-16,75	0,605	
INBOC_CSR	-4,305	0,907	
AUD_CSR	3,684	0,865	
RAKOM_CSR	1,540	0,576	
MANOWN_CSR	0,666	0,775	
FOROWN_CSR	0,592	0,094**	
F Statistic = 1,347		0,185	

** Signifikan pada level 0,1

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Hasil pengujian regresi pada model tersebut menunjukkan nilai *F statistic* sebesar 1,347 dan tidak signifikan pada 0,185. Dari hasil pengujian tersebut berarti bahwa model tidak cocok digunakan sebagai model prediksi untuk variabel dependen yaitu *return on asset*.

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian signifikansi parameter individual menunjukkan bahwa variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen adalah *foreign ownership* dengan *p-value* yang diperoleh sebesar 0,074 dengan koefisien negatif artinya bahwa *foreign ownership* berpengaruh negatif terhadap *return on asset* pada tingkat 10%.

Sedangkan variabel moderasi yang berpengaruh terhadap *return on asset* adalah moderasi antara *foreign ownership*

dan *corporate social responsibility* dengan *p-value* yang diperoleh sebesar 0,094 dengan koefisien positif. Artinya, moderasi *foreign ownership* dan *corporate social responsibility* berpengaruh secara positif signifikan pada tingkat 10%.

Diskusi Hasil Penelitian

1. *Indonesian Board of Directors* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Variabel *Indonesian board of directors* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sejalan dengan hasil penelitian ini, menurut Khan (2010) dewan direksi yang berasal dari warga negara asing dapat mengungkapkan isu-isu yang berkembang di masyarakat, daripada dewan direksi yang berasal dari warga negara pribumi. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Coke (2005) yang berpendapat bahwa *top management* suatu perusahaan yang berasal dari etnis pribumi akan lebih *concern* terhadap lingkungan dan sosial. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh perbedaan sudut pandang etnis-etnis tertentu dalam menyikapi isu-isu sosial dan lingkungan hidup. Hasil penelitian ini mengindikasikan masih rendahnya perhatian dewan direksi pribumi terhadap isu-isu sosial kelingkungan yang berkembang di masyarakat. Sedangkan warganegaraasing justru menaruh perhatian yang lebih terhadap isu-isu sosial yang berkembang di masyarakat. Warga negara asing dinilai lebih berpengalaman, kreatif, dan inovatif sehingga dapat memberikan dampak yang baik bagi kinerja perusahaan (Fields dan Keys, 2003).

2. *Indonesian Board of Commissioners* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Disclosure

Variabel *Indonesian board of commissioners* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Menurut Erdhardt et al., (2003) adanya representasi etnis dalam struktur dewan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sama halnya dengan dewan direksi pribumi, dewan komisaris pribumi juga cenderung tidak terlalu memperhatikan isu-isu sosial dan kelingkungan yang berkembang di masyarakat. Hasil tersebut juga tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Coke (2005). Selain karena perbedaan sudut pandang dalam menyikapi isu-isu sosial dan kelingkungan yang berbeda-beda, perbedaan karakteristik yang dimiliki etnis-etnis dari negara lain mungkin berbeda dengan etnis pribumi. Selain itu, juga diindikasikan bahwa peran dewan komisaris dalam melaksanakan *corporate governance* tidak berjalan dengan baik karena dewan komisaris tidak memahami dan melaksanakan tugasnya termasuk dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhardjanto dan Afni (2009), dan Suhardjanto dan Miranti (2009).

3. Komite Audit terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Jumlah anggota komite audit tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil ini konsisten dengan penelitian Suhardjanto (2008) serta Suhardjanto dan Permatasari (2010). Hal ini bertentangan dengan teori dasarnya, karena seharusnya penerapan *corporate governance* yang menekan perusahaan untuk memberikan informasi

mengenai kinerja perusahaannya termasuk informasi mengenai *corporate social responsibility*. Tetapi hasil penelitian ini dapat diterima mengingat masih lemahnya praktik *corporate governance* di Indonesia (Sutedi, 2011).

4. Rapat Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Jumlah rapat dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dapat diindikasikan bahwa peraturan mengenai *corporate governance* belum berjalan baik di Indonesia. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suhardjanto dan Permatasari (2010). Sesuai dengan peraturan dalam Corporate Governance Guidelines (2007), dewan komisaris diwajibkan untuk memiliki jadwal rapat tetap dan jadwal rapat tambahan apabila diperlukan untuk mengontrol apakah operasi perusahaan telah berjalan sebagaimana mestinya. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa mekanisme *corporate governance* di Indonesia belum berjalan dengan baik. Peraturan dalam tata kelola perusahaan mungkin hanya dijalankan sebagai formalitas.

5. *Managerial Ownership* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*
Managerial ownership tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Said et al. (2009) dan Rustiarini (2010) yang membuktikan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini diindikasikan

karena secara statistik kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan di Indonesia masih sangat kecil. Adanya kepemilikan manajerial yang relatif kecil sehingga tidak ada keselarasan kepentingan antara pemilik dan manajer.

6. *Foreign Ownership* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Foreign ownership berpengaruh secara positif terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Haniffa dan Coke (2005), Tanimoto dan Suzuki (2005), serta Rustiarini (2010). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing dalam perusahaan mampu melaksanakan monitoring yang baik terkait dengan kegiatan sosial perusahaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa secara umum kepemilikan asing atau perusahaan asing di Indonesia peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan hidup.

7. *Culture dan Corporate Governance* pada Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return on Asset*

Hasil pengujian pada model kedua parameter individual menunjukkan bahwa variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen adalah *foreign ownership* dengan *p-value* yang diperoleh sebesar 0,074 dengan koefisien negatif artinya bahwa *foreign ownership* berpengaruh negatif terhadap *return on asset* pada tingkat 10%. Sedangkan variabel moderasi yang berpengaruh terhadap *return on asset* adalah moderasi antara *foreign ownership*. Menurut Barkemeyer (2007) perusahaan multinasional yang memiliki

kontrak dengan *stakeholders* baik dalam kepemilikan maupun kegiatan operasional akan melakukan pengungkapan sosial yang lebih luas. Sehingga perusahaan bisa mendapatkan legitimasi masyarakat terhadap kegiatan perusahaan yang akan meningkatkan kinerja pasar perusahaan.

Kaitannya dengan managerial entrenchment, menurut Surroca dan Tribo (2006) *entrenchment strategy* akan memberikan efek negatif terhadap *financial performance* pada perusahaan-perusahaan yang mempunyai kontrol internal yang kuat dalam tata kelola perusahaan tersebut. Hal tersebut terjadi dalam mekanisme *corporate governance* dengan *two-tiers system (Continental system)*. Hasil penelitian ini dapat diterima mengingat masih lemahnya *corporate governance* di Indonesia. Proses penunjukan anggota komite audit independen misalnya, masih belum jelas dan terbuka sehingga keindependensiannya masih diragukan. Terlebih lagi dalam mekanisme *corporate governance* seringkali pemilihan anggota dewan direksi, dewan komisaris, maupun komite pendukung *corporate governance* yang masih memiliki hubungan kekerabatan marak terjadi (Suhardjanto dan Permatasari, 2010). Hal tersebut karena sifat kepemilikan perusahaan keluarga yang banyak terjadi di Indonesia.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Dianita (2010) menunjukkan hasil yang negatif signifikan pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on asset*. Begitu juga dengan interaksi *corporate social responsibility* dan manajemen laba yang menunjukkan pengaruh negatif

signifikan terhadap *return on asset*. Hasil penelitian tersebut menginterpretasikan bahwa semakin tinggi manajemen laba mengakibatkan peningkatan program CSR yang justru memperburuk kinerja keuangan di masa depan

PENUTUP / SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa dari jumlah sampel sebesar 153 perusahaan, rata-rata perusahaan mempunyai indeks CSR sebesar 0,52 yang berarti rata-rata perusahaan mengungkapkan sebanyak 41 item dari 78 item *corporate social responsibility*.

Faktor yang dapat mempengaruhi besarnya tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* didasarkan hasil pengujian regresi berganda yaitu bahwa *foreign ownership* secara statistik signifikan pada tingkat 10%. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia yang sebagian sahamnya dimiliki oleh pihak asing lebih memperhatikan aspek-aspek sosial dan lingkungan hidup di Indonesia.

Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada tingkat 5%. Hal ini dikarenakan perusahaan besar lebih memperhatikan isu-isu mengenai sosial dan lingkungan hidup yang berkembang di masyarakat. Selain itu, perusahaan besar lebih banyak mendapat sorotan dari masyarakat maupun media sehingga perusahaan tersebut akan lebih memperluas pengungkapan mengenai *corporate social responsibility*.

Sedangkan moderasi *culture* dan *corporate governance* pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *return on asset* tidak berpengaruh secara signifikan.

Walaupun tidak signifikan, moderasi *corporate governance* memberikan pengaruh negatif terhadap *return on asset*. Hal tersebut mengindikasikan adanya praktek *managerial entrenchment* dalam mekanisme tata kelola perusahaan secara internal.

Keterbatasan dalam penelitian ini tidak mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan bidangnya padahal setiap sektor perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda-beda serta unsur subjektivitas dalam mengukur indeks CSR.

Dengan memperhatikan hasil dan keterbatasan dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa rekomendasi, misalnya dengan mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan sektornya, menggunakan acuan lain untuk mengukur indeks *corporate social responsibility*, atau menggunakan ukuran lain untuk mengukur kinerja perusahaan.

Daftar Pustaka

Barkemeyer, Ralf. 2007. Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries. Paper for the 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance, Amsterdam University of St. Andrews & Sustainable Development Research Centre (SDRC) School of Management, 28 May-06 June 2007

Brammer, Stephen; Brook, Chris; Pavellin Stephen. 2005. *Corporate Social Performance and Stock Returns: UK Evidence from Disaggregate Measures*. Financial Management.

Brick E, Ivan, dan Chidambaran N.K. 2007. *Board Meetings, Committee Structure, and Firm Performance*. www.ssrn.com

Cespa, G. and Cestone, G. 2007. Corporate social responsibility and managerial entrenchment, *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3):741-71

Colbert, B.A. & Kurucz, E.C. 2007. Three Conception of Triple Bottom Line Business Sustainability and the Role for HRM. *Human Resource Planning*. Vol. 30, No. 1, pp. 21-29

Daniri, Achmad. 2008. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. <http://www.madani-ri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggung-jawab-soaial-perusahaan-bag-i/15> Oktober 2009

Departemen Keuangan RI, Bapepam. *Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor Kep-06/PM/2000 tentang Perubahan Peraturan Nomor VIII.G.7 tentang Pedoman Penyajian Laporan Keuangan*

_____. *Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor Kep-134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik*

Eipstein, M.J., dan Freedman, M. 1994. Social Disclosure and the Individual Investor. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 7 (4): 94-108
Eng, L.L., dan Mak, Y.T. 2001. Corporate Governance and Voluntary Disclosure.

- Journal Accounting and Public Policy*. Vol. 22:325-345
- Erhardt, N.L., James, D.W. dan Charles, B.S. 2003. Board of Directors Diversity and Firm Performance. *Corporate Governance- An International Comparison*, Vol, 11 No. 2, pp. 102-11
- Fauzi, Hasan. 2006. *Corporate Social and Environment Performance: A Comparative Study Between Indonesian Companies and Multinational Companies (MNCs) Operating in Indonesia*. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, Februari 2006, hal 87-100
- Fauzi, Hasan. 2007. *The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on the relationship of Contextual Variables and Corporate Performance*. www.ssrn.com
- Fauzi, H., Lois S. Mahoney, dan Azhar Abdul Rahman. 2007. *Institutional Ownership and Corporate Social Performance: Empirical Evidence from Indonesian Companies*. *Social and Environmental Accounting Vol. 1, No. 2 Pp 334-347*
- Fauzi, H dan Azhar Abdul Rahman. 2008. *The Role of Control System in Increasing Corporate social Performance: The Use of Levers of Control*. *Social and Environmental Accounting Vol. 2, No. 1 Pp. 131-144*
- Fiori G, Donato F, dan Izzo M.F. 2007. *Corporate Social Responsibility and Firms Performance, an analysis Italian Listed Companies*. www.ssrn.com
- Forum for Corporate Governance in Indonesia*. 2001. *Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam Pelaksanaan Corporate Governance*. <http://fcgi.org.id>
- Freedman, M., dan Jaggi B. 2005. Global Warming, Commitment to The Kyoto Protocol, and Accounting Disclosures by The Largest Global Public Firms from Polluting Industries. *The International Journal of Accounting*. Vol. 40: 215-232
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hackston, D., dan Milne, M.J. 1996. Some Determinant Of Social And Environment Disclosures In New Zealand Companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 9: 77-108
- Haniffa, R. M., dan Cooke, T. E. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol. 24: 391-430
- Ho, Simon S.M. dan Wong, Kar Shun. 2001. A Study of Relationship Between Corporate Governance Structure and Extent of Voluntary Disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*. Vol. 10: 139-156
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2008. *Pedoman Standar Akuntansi Keuangan Per 1 September 2007*. -cet.2. Jakarta: Salemba Empat
- Jensen, M.C., dan W.H. Meckling. 1976. *Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure*.

- Journal of Financial Economics* 3: 305-360
- Jordi, Surroca., dan Josep A. Tribo. 2008. Is Managerial Entrenchment Always Bad? A CSR Approach. Working Paper WP. 09-01 Universidad Carlos III de Madrid. Madrid
- Khan, Md. H.U.Z. 2010. The Effect of Corporate Governance Elements on Corporate Social Responsibility (CSR) reporting. *International Journal of Law and Management*, Vol.52 No.2, pp. 82-109
- Komar, S. 2004. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Social Responsibility Accounting) dan Korelasinya dengan Akuntansi Islam. *Media Akuntansi*. Edisi 42/Tahun XI: 54-58
- Komite Nasional Kebijakan Governance. 2006. Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia. <http://governance-indonesia.com>
- Luvkiarman, Niki. 2004. Ownership Structure and Firm Performance: the Case of Indonesia. DBA Thesis, Curtin University of Technology
- Mahoney, L & Roberts, R. 2007. Corporate Social and Environmental Performance and Their Relation to Financial Performance and Institutional Ownership: Empirical Evidence on Canadian Firms, with Robin Roberts". *Accounting Forum*, Vol. 31, No. 3, pp. 233-253
- Nasir, Moch. N.A dan Abdullah, S.N. 2004. Voluntary Disclosure and Corporate Governance among Financially Distressed Firms in Malaysia. *Financial Reporting, Regulation and Governance*. Vol. 3 No. 1.
- O'Donovan, Garry. 2002. Environmental Disclosures in the Annual Report Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3 pg. 344-371.
- Orlitzky, M., Schmidt, F.L. and Rynes, S.L. 2003. Corporate Social and Financial Performance: A meta-analysis, *Organization Studies*, 24,:403-41
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 8/14/PBI/2006 Tentang Pelaksanaan Good Corporate Governance bagi Bank Umum.
- Pflieger, Juli., Matthias Fischer., Thilo Kupfer., dan Peter Eyerer. (2005). The contribution of lifecycle assessment to global sustainability reporting of Organization. *Management of Environmental*. Vol. 16:167-179
- Rahmawati., dan Putri Septia D. 2010. Analysis of the impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance with earning management as a Moderating Variable. *Journal of Modern Accounting and Auditing*. Vol.7:1034-1045
- Rosmasita. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010a. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Universitas Udayana

- Rustiarini, Ni Wayan. 2010b. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto Said, Sudirman, dkk. 2009. Corporate Governance or Corporate Failure. The Indonesian Institute For Corporate Governance
- Sayekti, Y dan Wondabio, L. 2007, Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi X Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Fourth Edition. John Wiley and Sons Inc
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Perusahaan, Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya.
- Suhardjanto, Djoko dan Afni, Aulia Nur. 2009. Praktik Corporate Disclosure di Indonesia, Studi Empiris di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 8 (03): 265-279
- Suhardjanto, Djoko dan Miranti, Laras. 2009. Praktik Penerapan Indonesian Reporting Index dan Kaitannya dengan Karakteristik Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia (JAAI)*, 13 (1): 63-77
- Suhardjanto, Djoko dan Permatasari, Dian N. 2010. Pengaruh Corporate Governance, Etnis, dan Latar Belakang Pendidikan terhadap Environmental Disclosure: Studi Empiris pada Perusahaan listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 14 (02): 125-139
- Surroca, J., dan Tribo. 2006. Is Managerial Entrenchment always Bad? A CSR approach. Working Paper, Universidad Carlos III de Madrid. www.ssrn.com
- Sutedi, Adrian. 2011. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika
- Titisari, K.H., Eko Suwardi., & Doddy Setiawan. 2010. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIII
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Vafeas, Nikos. 1999. Board Meeting Frequency and Firm Performance. *Journal of Financial Economics*. Vol. 53: 113-42
- Ventrakaman, N., dan Ramanujam V. 1986. Measurement of Business Performance in Strategy research: A Comparative of Approach. *The Academy of Management Review*. Vol. 11(4)

Model Pengukuran Kinerja Entitas Syariah

Istutik

STIE Malangkuçęwara

Istutik@stie-mce.ac.id

Abstract

Along with many kinds of Islamic Business has triggered the more Islamic entities born in Indonesia. Dewan Standar Akuntansi Syariah (DSAS) has been working hard to provide accounting standards for Islamic entities and conventional entities that implement Islamic transactions. Availability of Dewan Pengawas Syariah (DPS) in organizational structure of Islamic entity. Model of Organizational performance that is used for conventional entity can not simply be implemented for Islamic entity. Commitment to implement the concepts and principles of accounting and managerial should be measured and assessed in conjunction with other performance measures. Balanced scorecard has been introduced by Kaplan since 1991 for the measurement of organizational performance can be adopted for performance measurement of Islamic entities. By entering sharia perspective in four perspective of balanced scorecard, it can explained in a comprehensive of performance of Sharia entity in four perspectives, which include: financial, costumer, internal business processes, learning & growth, and in the sharia perspective. Evaluation of the performance of the Islamic entity through four perspective had have been entered with the sharia perspective in it could explain a causal relationship to encourage improvements Islamic entity, and in the long run be able to realize the vision and mission of the organization to lead realize rahmatan lil alamin.

Keywords: Performance of Sharia Entity, Balanced Scorecard

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis berbasis syariah di Indonesia telah menjadi sorotan berbagai pihak, baik kalangan praktisi maupun akademisi untuk ikut serta berkontribusi meningkatkannya. Masyarakat Indonesia telah berinteraksi dengan entitas syariah dalam melakukan berbagai transaksi berbasis syariah dengan beberapa alternatif akad, antara lain: murabahah, salam, istishna', mudharabah, musyarakah, ijarah, ijarah muntahiyah bittamlik, dan lainnya. Menurut PSAK 101, yang dimaksud entitas syariah yaitu entitas yang melaksanakan

transaksi syariah sebagai kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang dinyatakan dalam anggaran dasarnya.

Beragamnya transaksi syariah telah ditopang dengan standar akuntansi keuangan syariah yang disusun oleh Dewan Standar Akuntansi Syariah (DSAS), sehingga ada pedoman untuk mengakui, mengukur, menyajikan setiap transaksi syariah dalam laporan keuangan syariah, serta mengungkapkannya dalam catatan atas laporan keuangan syariah. Sesuai dengan Alqur'an: Al Baqarah-282 "Hai

orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya . . . “.

Kepatuhan Entitas Syariah menggunakan standar akuntansi keuangan syariah adalah penting, khususnya dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan syariah. Sementara dalam sistem akuntansi pertanggungjawaban, manajemen harus mempertanggungjawabkan amanah yang diemban dari stakeholder, kinerja entitas syariah harus dapat ditunjukkan tidak hanya dari aspek keuangan saja, namun juga dari berbagai aspek yang mempengaruhi berhasilnya atau terhambatnya pencapaian visi misi organisasi. “Ketahuilah setiap kalian adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban tentang kepemimpinannya” (H.R. Muslim)

PERKEMBANGAN ENTITAS SYARIAH DI INDONESIA

Perkembangan entitas syariah di Indonesia ditandai dengan hadirnya [Bank Muamalat Indonesia](#) sebagai bank syariah pertama yang berdiri di tahun 1991, namun tahun 1992, bank Islam di Indonesia memperoleh payung hukum Undang Undang RI No. 7 Tahun 1992. Dengan demikian genap 20 tahun entitas syariah diakui keberadaannya di Indonesia.

Undang Undang No.10 Tahun 1998 yang menetapkan sistem perbankan di Indonesia sebagai *dual banking system* atau sistem perbankan ganda (konvensional dan syariah), memberikan peluang baru bagi

dunia perbankan di tanah air yang ditandai dengan bermunculan bank konvensional membuka unit syariah. Jika dilihat dari data di Bank Indonesia menunjukkan bahwa pertumbuhan bank syariah beserta produk-produknya pada 10 tahun kemudian meningkat pesat. Penambahan Unit Usaha Syariah (UUS) dan BPR Syariah menambah semarak lembaga keuangan syariah yang telah ada, sampai dengan posisi tahun 2008 jumlah Bank Umum Syariah menjadi 5 BUS, Unit Usaha Syariah menjadi 27 UUS, dan BPR Syariah menjadi 131 BPRS, serta jumlah BUS & UUS *office* 822 tempat (Istutik, Bunyamin, 2012).

Kemudian sejak berlakunya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tiga tahun kemudian kinerja industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan pada titik tertinggi dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. *Asset Growth* mencapai 49%, *Deposit Growth* 52%, dan *Financing Growth* 51%. Tentu hal ini juga dipengaruhi oleh penambahan jumlah pemain di industri ini, yaitu Bank Umum Syariah tahun 2011 menjadi 11 BUS, Unit Usaha Syariah menjadi 24 UUS, BPR Syariah menjadi 155 BPRS, dan BUS & UUS Office menjadi 1737 tempat (Istutik, Bunyamin, 2012).

Bank Indonesia serius berusaha mengembangkan perbankan syariah di Indonesia terbukti dengan implementasi *Grand Strategy* Perbankan Syariah yang dicanangkannya mulai tahun 2008 meliputi: (1) menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah terkemuka di ASEAN; (2) pencitraan perbankan syariah yang meliputi aspek *positioning*, *differentiation*, dan *branding*; (3) pemetaan

potensi pasar perbankan syariah; (4) pengembangan produk yang diarahkan kepada variasi produk yang beragam; (5) peningkatan kualitas layanan dengan SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi; dan (6) sosialisasi dan edukasi masyarakat secara lebih luas dan efisien.

Berkembangnya perbankan syariah di Indonesia telah mendorong berdirinya lembaga keuangan syariah (LKS), seperti asuransi syariah dan lembaga lainnya. Menurut Biro Perasuransian Bapepam-LK (Rachmawarta, 2011)), sampai dengan 2011 telah berdiri 45 lembaga asuransi syariah yang terdiri dari 42 perusahaan asuransi syariah dan 3 perusahaan re-asuransi syariah. Apabila dibandingkan dengan asuransi konvensional segmen pasar asuransi syariah masih sebesar 1%. Pemerintah melalui kebijakan-kebijakannya terus mendorong agar asuransi syariah tumbuh dengan pesat. Dari sisi jumlah, pencapaian Indonesia mengungguli Malaysia, entitas asuransi jiwa syariah atau Takaful mencapai 21 buah dibanding Malaysia hanya berjumlah delapan asuransi (Ichsan, 2011).

Total aset asuransi syariah mencapai 4,71 persen dari pangsa pasar asuransi per Desember 2010. Porsi aset itu meningkat sebesar 4,34 persen dari total pangsa pasar asuransi pada 2009. Sementara itu, total aset asuransi syariah per Desember 2010 mencapai Rp 6,9 triliun. Jumlah ini meningkat 45 persen dari 2009 yang sebesar Rp 5 triliun. Pertumbuhan tersebut menjadi gambaran bahwa bisnis asuransi syariah terus meningkat pada tahun 2011 (Istutik, Bunyamin, 2012).

Akad *tabarru'* yang berprinsip tolong

menolong pada asuransi syariah, menjadikan jumlah peserta sebagai kunci keberhasilannya. Oleh karena itu entitas asuransi syariah harus memperbanyak keanggotaan asuransi. Bagi asuransi yang memiliki jumlah keanggotaan yang banyak maka secara otomatis harga premi yang ditawarkan menjadi lebih murah dan sebaliknya jika jumlah keanggotaannya sedikit maka entitas asuransi syariah akan menanggung beban/biaya premi lebih besar. Ukuran besar kecilnya pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia tidak sekedar didasarkan pada jumlah entitas asuransi tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan entitas asuransi syariah mengumpulkan keanggotaan.

Bisnis syariah diimplementasikan juga pada pegadaian. Pegadaian syariah beroperasi berdasarkan payung hukum PP No. 103 Tahun 2000, diperkuat dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sampai dengan akhir tahun 2009, jumlah kantor cabang pegadaian syariah berjumlah 300 cabang, dengan jumlah pembiayaan mencapai Rp. 2,8 triliun (Istutik, Bunyamin, 2012).

Maraknya investasi pada efek syariah juga menambah pertumbuhan bisnis syariah. Semangat investasi kaum muslimin didorong oleh keyakinan. jika harta tersebut didiamkan, maka lambat laun akan termakan oleh zakatnya, karena dalam Islam setiap harta ada zakatnya. Salah satu hikmah dari zakat ini adalah mendorong

setiap muslim untuk menginvestasikan hartanya agar bertambah. Oleh karena itu investasi merupakan bentuk aktif dari ekonomi syariah yang akan mendorong pertumbuhan sektor riil.

Dalam Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A.13 tentang Penerbitan Efek Syariah disebutkan bahwa Efek Syariah adalah Efek sebagaimana dimaksud dalam UUPM dan peraturan pelaksanaannya yang akad, cara, dan kegiatan usaha yang menjadi landasan pelaksanaannya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah di Pasar Modal. Sampai dengan saat ini, Efek Syariah yang telah diterbitkan di pasar modal Indonesia meliputi Saham Syariah, Sukuk dan Unit Penyertaan dari Reksa Dana Syariah. Reksa Dana Syariah lebih unggul dari Reksa Dana Konvensional jika dibandingkan menurut tingkat pengembalian (*return*), resiko, dan kinerja (Istutik, & Arrazif (2012). Hingga saat ini beberapa manajer investasi yang telah menerbitkan reksa dana syariah antara lain PT Danareksa Investment Manajemen, PT Trimegah Sekuritas, PTPNM Investment Manajemen, Manulife Investment Management, AAA Investment Management, Batasa Capital, BNI Investment Management, CIMB-GK Securities Indonesia, dan PT Kresna Graha Securindo Tbk.

PENGUKURAN KINERJA ORGANISASI

Kesuksesan suatu organisasi atau entitas dalam aktivitasnya dapat diketahui melalui pengukuran kinerja manajemen atau entitasnya. Pada model akuntansi pertanggungjawaban menurut Hansen, & Mowen (2007), bertujuan untuk mengatur tugas, tanggung jawab, dan kewenangan

masing-masing pusat pertanggungjawaban, membuat ukuran/kriteria kinerja pusat pertanggungjawaban, mengevaluasi kinerja pusat pertanggungjawaban, dan memberikan penghargaan. Kinerja pusat pertanggungjawaban dapat dilakukan berdasarkan fungsi, aktivitas, atau pada strateginya.

Sistem akuntansi pertanggungjawaban tradisional yang berdasarkan fungsi lebih tepat digunakan pada lingkungan usaha yang relatif stabil, mulai dari perencanaan, pembebanan, pengendalian, evaluasi, sampai dengan pengambilan keputusan dilandaskan hanya pada aspek finansial. Dalam pengendalian biaya didasarkan pada biaya standar yang telah ditentukan sebelumnya, ukuran besarnya varian antara realisasi dengan anggarannya menjadi tolak ukur efisiensi & efektifitas operasi.

Seperti penggunaan *return on investment* (ROI) pada pengukuran kinerja manajerial pusat investasi, menggunakan informasi yang cukup hanya bersumber dari laporan keuangan saja, ROI dapat menjelaskan kemampuan pusat investasi dalam mengelola *operating assets* menghasilkan *operating income*. Namun penggunaan ukuran ini mengandung kelemahan, yaitu para manajer hanya fokus berlomba untuk meningkatkan kinerja masing-masing divisinya, yang kadang mengabaikan kepentingan organisasi secara keseluruhan. Selain itu ukuran ini lebih berorientasi untuk tujuan jangka pendek sehingga strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang kurang ditekankan. *Residual income* (RI) dan *economic value added* (EVA) digunakan untuk mengeliminir kelemahan ROI.

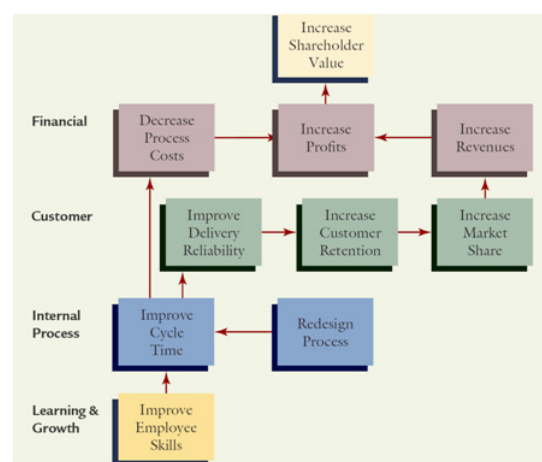
Pendekatan tradisional tidak lagi pas digunakan pada situasi kompetitif akibat perkembangan teknologi informasi & komunikasi di era global. Kepuasan stakeholder harus diperhatikan bila ingin menang bersaing. Organisasi perlu meningkatkan kemampuannya untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan produk & jasa inovatif, menawarkan produk & jasa berkualitas tinggi, harga murah, *lead time* pendek. memobilisasi kemampuan & motivasi pekerja, dan mengembangkan sistem berbasis teknologi informasi.

Sistem akuntansi pertanggungjawaban berdasarkan strategi lebih tepat digunakan pada lingkungan bisnis yang makin kompetitif. Kinerja organisasi menekankan pada keseimbangan faktor keuangan dan non keuangan. Faktor tersebut meliputi faktor internal berupa potensi sumber daya dan organisasi dan faktor eksternal yang tercermin di visi dan misi. Konsep *balanced scorecard* (BSc) diperkenalkan oleh Kaplan sejak tahun 1991, yang mana dalam perkembangannya, BSc tidak hanya sebagai alat pengukur kinerja organisasi tetapi juga berfungsi sebagai suatu sistem manajemen strategik.

Pendekatan *balanced scorecard* memudahkan menerjemahkan visi ke dalam *strategic plan* yang komprehensif dan koheren. Komprehensif terwujud karena melibatkan empat perspektif bisnis yang meliputi: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan, sehingga perumusan *strategic plan* dapat diwujudkan dengan mempertimbangkan sebab akibat dalam proses perumusan *strategic plan* pada

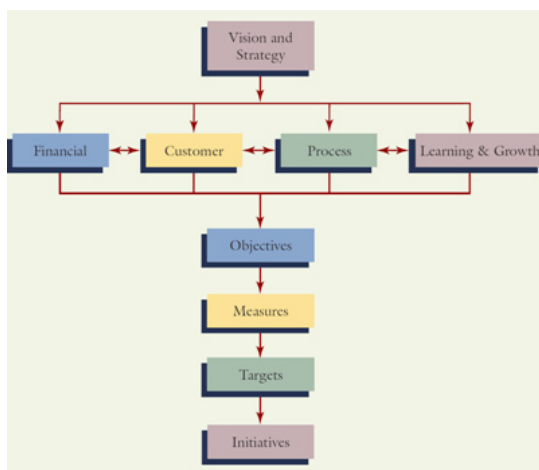
setiap perspektif tersebut, seperti contoh pada bagan gambar 1.

Keterlibatan manager dalam merumuskan strategi, menetapkan tujuan, menentukan ukuran, target, dan memilih insiatif lebih memiliki motivasi dan dapat diberi tanggungjawab untuk melakukan evaluasi capaiannya. Pemahaman hubungan sebab akibat dari setiap perspektif pada *Balanced Scorecard* membantu untuk meningkatkan kinerja (Tayler,2007).



Hasil dari penelitian empiris (Gomes & Liddle, 2009) menunjukkan bahwa pemahaman yang kurang tentang *Balanced Scorecard* pada tiap departemen dalam suatu organisasi akan menyebabkan ketidakmampuan dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai, penentuan target yang tidak relevan, dan sulit untuk mengukur indikator kinerjanya. Hal ini akan semakin parah apabila departemen tsb belum pernah berpartisipasi dalam proses perencanaan strategis. Penggunaan *Balanced Scorecard* pada suatu organisasi secara komprehensif akan lebih baik dibandingkan secara individu pada setiap departemen atau unit bisnis, karena akan menghasilkan suatu sinergi positif bukan melahirkan fragmentasi.

Model *balanced scorecard* mampu mengakomodir keinginan untuk meningkatkan kinerja organisasi di masa depan. Dengan melakukan evaluasi secara komprehensif dari masing-masing perspektif maka dapat diidentifikasi kelemahan yang harus diperbaiki dan pengaruhnya (hubungan sebab akibat) ke yang lain. Kemudian dirumuskan tujuan yang hendak dicapai, ukurannya, dan target untuk merangsang munculnya inisiatif aktivitas kritis agar mampu untuk menciptakan nilai tambah produk atau jasa. Keterukuran sasaran yang hendak dicapai menjadi hal yang penting dalam proses penerjemahan strategi, sehingga dapat menjanjikan ketercapaian berbagai sasaran yang dihasilkan oleh sistem tersebut.



Ketika *Balance scorecard* diimplementasikan di Hewlett Packard Indonesia, digunakan parameter yang terukur dalam menerjemahkan strategi organisasi, lengkap dengan tujuan, ukuran, target dan inisiatif strategisnya. Misalnya terkait dengan pemilihan segmen pasar dan pelanggan yang akan dibidik (gambar 2).

MODEL PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH

Bisnis syariah yang strategi dan operasionalnya berlandaskan syariah Islam tentunya juga perlu diikuti dengan sistem pertanggungjawaban yang sesuai dengan syariah Islam juga. Pencatatan transaksi dari aktivitas bisnis serta pelaporannya harus relevan dengan konsep akuntansi Islam. Harahap (2001) mengemukakan bahwa akuntansi Islam itu pasti ada. Digunakan metode perbandingan antara konsep syariat Islam yang relevan dengan akuntansi dengan konsep dan prinsip akuntansi kontemporer itu sendiri, disimpulkan bahwa nilai-nilai Islam ada dalam akuntansi dan akuntansi ada dalam struktur hukum dan muamalat Islam.

Bank syariah yang melakukan transaksi syariah dituntut untuk menjalankan usahanya dengan berlandaskan prinsip akuntansi syariah, yaitu prinsip pertanggungjawaban, keadilan, dan kebenaran. Dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS) menyebutkan bahwa produk entitas syariah yang ditawarkan harus memenuhi karakteristik sebagai transaksi syariah. Dalam pencatatan dan pelaporannya, bank syariah menggunakan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) syariah yang sesuai dengan jenis transaksinya, meliputi PSAK 101 sampai dengan PSAK 109 yang dikeluarkan oleh Dewan Standar Akuntansi Syariah (DSAS) Ikatan Akuntan Indonesia. Bank Indonesia juga mengeluarkan Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia (PAPSI) 2003, meskipun seharusnya PAPSI 2003 perlu segera direvisi karena PAPSI tersebut masih menggunakan dasar PSAK 59 yang telah tergantikan dengan PSAK Syariah 101 dan seterusnya.

Pertumbuhan sangat signifikan pada berbagai bisnis syariah, seperti pada pertumbuhan industri perbankan syariah yang lebih besar dibanding dengan industri perbankan konvensional. Namun bukan berarti bahwa semua pemain didalamnya juga mengalami hal yang sama. Penambahan jumlah bank umum syariah dan unit usaha syariah maupun bank pembiayaan rakyat syariah dari tahun ke tahun menandakan bahwa persaingan dalam industri perbankan syariah makin kompetitif. Mereka tidak hanya bersaing dengan bank konvensional namun juga makin ketat bersaing dengan sesama bank syariah. Hal yang sama juga berlaku untuk entitas syariah dengan bidang bisnis lainnya

Untuk dapat memastikan bahwa setiap entitas syariah mencapai kinerja yang diharapkan, dan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) mendapatkan informasi yang memadai, maka laporan keuangan yang memuat informasi keuangan dapat memberikan kebutuhan tersebut. Kinerja entitas syariah hanya dari aspek keuangan, bermanfaatkah informasi itu?, sementara dapat dijawab “ya, tapi belum cukup”.

Bagi manajemen, informasi tentang kinerja organisasi sangat diperlukan, terutama terkait dengan proses evaluasi dan perumusan strategi mendatang. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa model *balanced scorecard* lebih memberikan manfaat dibanding dengan hanya kinerja keuangan. Bank Indonesia sebagai bank sentral pun juga telah menerapkan pengukuran kinerja dengan BSc sejak tahun 2001. Bank Indonesia menjadi perintis penerapan BSc di

lingkungan pemerintahan di Indonesia. Hasil evaluasi kinerja dari berbagai perspektif dapat menjelaskan kinerja entitas syariah secara komprehensif. Perspektif pembelajaran & pertumbuhan menjadi sumber kemampuan yang memungkinkan penyelesaian atau pemenuhan tujuan dari tiga perspektif lainnya. Sementara kinerja dari perspektif keuangan menjelaskan hasil dari berbagai peristiwa masa lalu, memberikan petunjuk apakah strategi yang telah dipilih, telah diimplementasikan, dan dalam pelaksanaannya telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba perusahaan.

Dalam implementasi sistem akuntansi pertanggungjawaban entitas syariah, *balanced scorecard* digunakan dalam penelitian untuk mengukur kinerja entitas syariah dengan konstruksi yang sama dengan yang dikenalkan oleh Kaplan., seperti yang dilakukan untuk mengukur kinerja Bank Syariah Mandiri Cabang Bogor tahun 2008. Total skor BSc 76,54% menunjukkan bahwa kinerja BSM Cabang Bogor tahun 2008 termasuk kategori baik. Perspektif pelanggan memberikan kontribusi terbesar 24,33%, perspektif keuangan dan proses bisnis internal masing-masing 24,04% dan 21,88%, pembelajaran dan pertumbuhan memberikan kontribusi 6,29%. Oleh karena itu, BSM Cabang Bogor harus lebih memperhatikan sasaran strategik pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Hernanto, 2009). Sebelumnya Purwotedi dan Ghazali (2006) dalam Niswatin, Rosidi, dan Irianto (2009), dari hasil studi di Bank Syariah Mandiri tentang pengukuran kinerja dengan *balance scorecard* disebutkan bahwa dalam kinerja organisasional, perspektif pelanggan dan

perspektif pembelajaran dan pertumbuhan menjadi hal yang perlu diperbaiki kembali oleh manajemen perbankan syariah. Istiqlal juga melakukan perbandingan kinerja BRI Syariah Cabang Jogjakarta dengan BPR Syariah Bangung Derajat Warga dengan model *balanced scorecard*, dimana diperoleh hasil bahwa dari perspektif proses bisnis internal, kedua bank syariah tersebut pada kondisi yang kurang baik.

Bila dikaji lebih jauh konsep *balance scorecard* dalam implementasinya, telah mencakup empat perspektif yang komprehensif. Sejauh ini nilai komprehensifnya masih sebatas pada telaah kebutuhan duniawi dengan mempertimbangkan aspek-aspek kemanusiaan. Nilai tersebut belum mengacu pada konsep spiritual (Iswati dan Wasiaturrachma, 2008).

Menurut Triyuwono (2002) bahwa pengukuran *balance scorecard* pada intinya tujuan utama yang ingin dicapai adalah kinerja keuangan dengan menggerakkan kinerja non keuangan (pelanggan (*customers*), internal bisnis (*internal business process*), dan pembelajaran dan pertumbuhan (*learning and growth*). Selanjutnya Triyuwono (2002), menjelaskan bahwa tolok ukur keberhasilan organisasi bisnis dengan melihat *utility* hanya mempertimbangkan dari sisi mana yang lebih besar antara keuntungan atau biaya, lebih didominasi perspektif etika *utilitarianism*.

Sementara menurut Anwar (xxxx), perspektif *khalifatullah fil ardh* menjadi konsep *Shari' Balance Scorecard* (SBSc) yang sesuai dengan entitas bisnis syariah.

Perspektif tersebut kemudian diturunkan ke dalam dua tingkatan derivasi, yaitu metafora amanah dan metafora zakat. Turunan pertama adalah metafora amanah yang digunakan untuk merekonstruksi konsep pertanggungjawaban organisasi, dan turunan kedua adalah metafora zakat yang digunakan untuk merekonstruksi konsep *balance scorecard*. Zakat adalah perspektif utama yang menjadi dasar dan sekaligus tujuan bagi perspektif SBSc lainnya; entitas syariah tidak semata-mata bertanggungjawab untuk memaksimalkan profitabilitasnya hanya untuk kepentingan pemegang saham/pemilik modal, namun juga berkewajiban untuk menebarkan kesejahteraan kepada seluruh alam, untuk kepentingan manusia dan lingkungan, secara adil sebagai wujud pertanggungjawaban kepada Allah; dan nilai ke Islaman (tauhid) harus dapat diinternalisasikan ke dalam visi, tujuan, dan setiap aktivitas perusahaan dengan baik, sehingga dapat diukur dan dievaluasi dengan tepat dalam SBSc.

Penggunaan *balance scorecard* untuk pengukuran kinerja entitas syariah tentu tidak dapat begitu saja diadopsi 100% . Sistem akuntansi pertanggungjawaban dalam Islam didasarkan pada prinsip amanah, dimana pertanggungjawaban dimaknai luas yaitu pertanggungjawaban pada masyarakat, dirinya, dan Tuhannya. Menurut Niswatin et al (2009), kinerja manajemen perbankan syariah dipahami tidak hanya sepenuhnya berperan sebagai organisasi bisnis saja yang hanya menciptakan laba sebagai kinerja ekonomi, namun juga ditemukan pemahaman kinerja sosial melalui terwujudnya *ukhuwah* (kekeluargaan) semua *stakeholders*, kinerja mental dengan menumbuhkan kepercayaan

kepada semua *stakeholders*, dan kinerja spiritual dengan menunjukkan ketaatan manajemen pada etika syariah.

Dalam struktur organisasi entitas syariah memiliki keunikan yaitu adanya suatu badan yang independen bertugas mengawasi penerapan syariah Islam secara benar yang disebut dengan “*Sharia Supervisory Board/ Dewan Pengawas Syariah (DPS)*”. Dalam aktivitasnya DPS dibantu oleh *Sharia Controller Unit*.

Dewan Pengawas Syariah Bank Muamalat dengan ini menyatakan bahwa berdasarkan pengawasan kami selama Semester I dan II 2010 :

- Pelaksanaan produk dan jasa yang meliputi penghimpunan dan penyaluran dana telah sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional serta keputusan Dewan Pengawas Syariah
 - Pedoman operasional dan produk yang meliputi penghimpunan dan penyaluran dana telah sesuai Fatwa Dewan Syariah Nasional serta keputusan Dewan Pengawas Syariah
 - Laporan keuangan perusahaan telah disusun dan disajikan sesuai dengan Prinsip Syariah
- Demikian pernyataan ini dibuat sesuai kaidah.

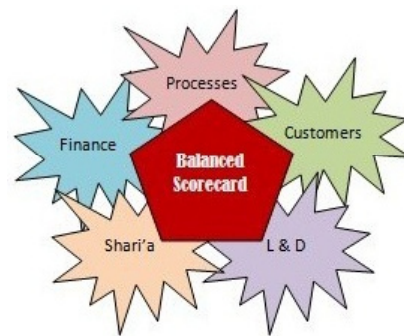
Dikutip dari :
Laporan Tahunan Bank Muamalat 2010

Gambar 3 : Pernyataan DPS
(Dewan Pengawas Syariah)
Bank Muamalat Tahun 2010

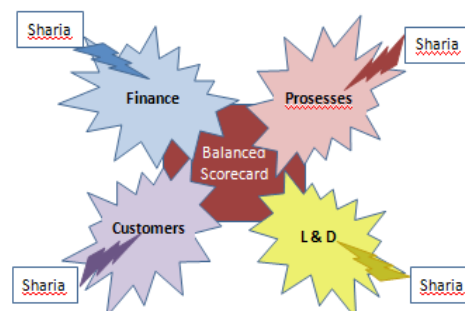
DPS akan membuat pernyataan terkait dengan produk, operasional, dan laporan keuangan yang disusun oleh entitas syariah (seperti Bank Muamalat pada gambar 3). Peran DPS akan sangat membantu dalam melakukan monitoring atas inisiatif, target, ukuran, dan tujuan yang ditetapkan di

masing-masing perspektif telah sejalan syariah.

Rekonstruksi model *balanced scorecard* perlu dirumuskan agar lebih memadai diimplementasikan untuk entitas syariah dengan semangat kepatuhan terhadap syariah Islam. Ditawarkan dua alternatif rekonstruksi *balanced scorecard*. Alternatif pertama (gambar 4) dengan menambahkan satu perspektif dari empat perspektif asalnya, yaitu menjadi (1) perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, (2) perspektif proses bisnis internal, (3) perspektif pelanggan, (4) perspektif keuangan, dan (5) perspektif syariah. Sedangkan rekonstruksi alternatif kedua (gambar 5) yaitu dengan memasukkan perspektif syariah (*embedded*) ke dalam empat perspektif lainnya, yaitu (1) perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, (2) perspektif proses bisnis internal, (3) perspektif pelanggan, (4) perspektif keuangan.



Gambar 4 : Alternatif 1
Model Penilaian Kinerja



Gambar 5 : Alternatif 2
Model Penilaian Kinerja

Dengan pemahaman bahwa *balanced scorecard* digunakan dalam penilaian kinerja organisasi dan sekaligus sebagai bagian dari proses perumusan strategi organisasi maka diawali dengan pencanangan visi & misi organisasi lebih dahulu. Visi & misi entitas syariah adalah pernyataan keinginan dan harapan organisasi untuk menjadi apa di masa mendatang yang mencerminkan dirinya sebagai entitas syariah.

Pada konsep tata kelola bank syariah, ketidaksesuaian akan prinsip syariah berpotensi menimbulkan berbagai risiko terutama risiko reputasi bagi industri perbankan syariah. Sangat tepat disebutkan bahwa *sharia governance* atau *sharia compliance* merupakan suatu kebutuhan yang harus diusahakan pencapaiannya dan bukan status yang otomatis melekat pada bisnis berbasis syariah (Saputra, 2010). Melalui pendekatan hubungan sebab akibat seperti pada gambar 1, jika suatu entitas syariah menunjukkan kinerja keuangan (dari perspektif keuangan) kurang memuaskan maka hal ini sebagai akibat dari tiga perspektif lainnya (pelanggan, proses bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran) masih ada kelemahan. Sebabnya adalah kemungkinan ada beberapa inisiatif tidak dijalankan, sehingga target tidak terpenuhi, ukuran yang digunakan untuk tujuan tidak tercapai. Evaluasi atas kinerja entitas syariah melalui empat perspektif dapat menjelaskan hubungan sebab akibat yang bermuara ke kinerja keuangan, sehingga hal ini dapat dijadikan input untuk perbaikan/ perubahan strategi di tahun mendatang.

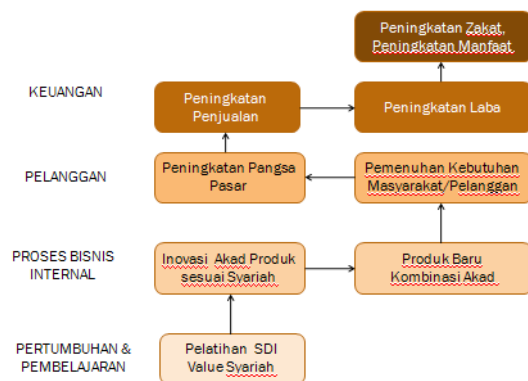
Disisi lain hubungan sebab akibat juga dapat digunakan untuk perencanaan peningkatan kinerja. Jika alternatif dua

diimplementasikan pada entitas syariah dan strategi yang dipilih adalah 'pertumbuhan pendapatan' maka melalui pendekatan hubungan sebab akibat dapat melahirkan inisiatif di masing-masing perspektif. Setiap inisiatif dipilih dan dilaksanakan dengan niat kepatuhan terhadap syariah, memenuhi prinsip pertanggungjawaban, keadilan, dan kebenaran. Misalnya, pertumbuhan pendapatan akan dapat diperoleh dengan mengedepankan kebutuhan dan kepuasan pelanggan, sementara kebutuhan pelanggan menuntut melahirkan produk baru, produk baru dapat dihasilkan melalui inovasi, dan inovasi membutuhkan kompetensi sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Penggunaan hubungan sebab akibat dalam konsep *balanced scorecard* guna meningkatkan kinerja entitas syariah dibutuhkan sumber daya Islami (SDI) memiliki pengetahuan (*knowledge*) sesuai bidang bisnisnya, ketrampilan (*skill*) yang handal, dan perilaku (*attitude*) yang islami (Istutik, & Bunyamin, 2012), maka disarankan dengan diawali dilaksanakannya aktivitas pengembangan sumber daya manusia menjadi sumber daya Islami (SDI) yang memiliki konsep dan prinsip syariah dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya, berakibat SDI mampu melakukan inovasi produk berdasarkan akad transaksi yang dibenarkan oleh syariah, selanjutnya dikembangkan produk baru dengan kombinasi akad yang lebih dapat membantu *customers* memenuhi kebutuhannya (Istutik, 2012).

Akibatnya *customers* berdatangan termasuk *new customers*, sehingga pangsa pasar meningkat, terjadi peningkatan pendapatan, peningkatan laba. Kemampuan

entitas syariah dalam menghasilkan laba akan meningkatkan kemampuan entitas mendistribusikan laba dalam bentuk pembayaran zakat ke masyarakat yang berhak, peningkatan kesejahteraan karyawan, investasi ke entitas syariah lain yang membutuhkan tambahan modal. Seluruh inisiatif dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, memperhatikan faktor keadilan, dan yakin akan kebenarannya. Insya Allah kehadiran entitas syariah tersebut memberikan *multiplier* manfaat ke lingkungannya.



Gambar 6 : Balanced Scorecard
Digunakan untuk Perencanaan
Peningkatan Kinerja

Melalui pendekatan hubungan sebab akibat seperti pada gambar 6, jika suatu entitas syariah menunjukkan kinerja keuangan (perspektif keuangan) kurang memuaskan maka hal ini sebagai akibat dari tiga perspektif lainnya (pelanggan, proses bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran) masih ada kelemahan. Sebabnya adalah kemungkinan ada beberapa inisiatif tidak dijalankan, sehingga target tidak terpenuhi, ukuran yang digunakan untuk tujuan tidak tercapai. Evaluasi atas kinerja entitas syariah melalui empat perspektif yang telah dipadukan dengan perspektif syariah didalamnya dapat menjelaskan hubungan sebab akibat untuk mendorong melakukan

perbaikan-perbaikan agar entitas syariah dalam jangka panjang mampu merealisasi visi & misi organisasi dengan bermuara mewujudkan *rahmatan lil alamin*.

PENUTUP

Pengukuran kinerja organisasi sangat penting untuk dilakukan dalam rangka untuk menilai dan mengevaluasi capaian atas perencanaan strategik maupun operasional yang telah ditetapkan sebelumnya. Model balanced scorecard dapat membantu mengukur kinerja organisasi dari empat perspektif, yaitu keuangan, konsumen, proses bisnis internal, pembelajaran & pertumbuhan.

Pada entitas syariah model balanced scorecard dapat diadopsi dengan memasukkan perspektif syariah ke dalam empat perspektif lainnya, dengan demikian kepatuhan terhadap konsep dan kaidah akuntansi dan managerial entitas syariah juga menjadi ukuran untuk dinilai.

Daftar Pustaka

- Al – Qur'anul Karim.(2002).
Diterjemahkan: Dinas Pembinaan Mental Angkatan Darat, PT. Sari Agung, Jakarta
- Anwar, Rosyhan, (tanpa tahun),
Rekonstruksi Teknologi Balanced Scorecard dengan Menggunakan Perspektif Khalifatullah fil Ardh: Suatu Studi Literatur tentang Bagaimana Visi Organisasi Syariah Dapat Menjadi Suatu Aksi.
- Asuransi Syariah Bersinar di 2011* (2012),
diunduh pada 3 Maret 2012 dari <http://koran.republika.co.id/koran>.
- Bank Muamalat, (2012), *Laporan Tahunan*

- / *Annual Report Tahun 2010*, diunduh pada 15 Januari 2012 dari www.bmi.co.id,
- Gomes, Ricardo Correa & Joyce Liddle, (2009), *The Balanced Scorecard as a Performance Management Tool for Third Sector Organizations: The Case of The Arthur Bernardes Foundation*, diunduh pada 27 Maret 2012 dari www.anpad.org.br/bar.
- Hansen, Don R. & M M Mowen, (2007), *Managerial Accounting*, 8th edition, South Western College Publishing, Cincinnati
- Harahap, Sofyan S., (2001), *Menuju Suatu Teori Akuntansi Islam*, Pustaka Quantum, Jakarta
- Hernanto, Yuli, (2009), *Pengukuran Kinerja dengan Pendekatan Balanced Scorecard pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bogor*, Thesis, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Iswati, & Wasiaturrachma, (2008, 1-2 Agustus 2008), *Internalization Responsibility Accounting Through Syar'I Reward*, Makalah disajikan dalam 'International Seminar & Symposium, Universitas Airlangga.
- Istiglal, Cahyo Halim, (2009), *Penilaian Kinerja Perbankan Syariah dengan Metode Balance Scorecard*, Jurnal Ekonomi Islam Vo. III No.2 Desember 2009, Jogjakarta.
- Istutik, (2012), *Analisis Transaksi Musyarakah w/ Ijarah Guna Meningkatkan Value Syariah Produk Perbankan Syariah*, Jurnal Akuntansi Aktual, Volume 1 Nomor 3, Januari 2012, Universitas Negeri Malang.
- Istutik, & Arrazif, (2012, 27 Maret 2012), *Analisis Keunggulan Reksa Dana Syariah di Indonesia*, Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Akuntansi dan Bisnis, Universitas Widyatama Bandung.
- Istutik, & Bunyamin, (2012, 18-20 April 2012), *Analisis Kebutuhan Pengadaan Program Studi Akuntansi & Bisnis Syariah di Indonesia*, Makalah disajikan dalam Konferensi Nasional Pendidikan Akuntansi Indonesia (KNPAI), Universitas Brawijaya Malang.
- Jumlah Asuransi Syariah di Indonesia Kalahkan Malaysia*, 2012, diunduh pada 3 Maret 2012 dari <http://palembang.tribunnews.com/>.
- Johnson, H. Thomas, & Kaplan, Robert S (1991), *Relevance Lost, The Rise and Fall of Management Accounting*, Harvard Business School Press, Boston
- Kaplan, Robert S,. & Norton, David P (1996), *Translating Strategy Into Action: The balanced Scorecard*, Harvard Business School Press, Boston
- Niswatin, Rosidi, Irianto, (2009), *Refleksi Kinerja Manajemen Perbankan Syariah dalam Perspektif Amanah: Sebuah Studi Fenomenologis*, Makalah disajikan pada Seminar Nasional Akuntansi (SNA) XII, Palembang
- Pengenalan Produk Syariah*, (2012), , diunduh pada 3 Maret 2012 dari <http://www.bapepam.go.id/syariah/>.
- Rachmawarta, Isa, (2012), *Asuransi Pasti Tumbuh Besar*, diunduh pada 3 Maret 2012 dari <http://www.pkesinteraktif.com/>

[tokoh/wawancara-eksklusif/leasing-dan-asuransi-syariah/](#).

Reksa Dana Syariah Kian Menawan, , (2012), diunduh pada 3 Maret 2012 dari <http://www.reksadanasyariah.net/>

Shabir, Muslich, (1981), *Terjemah Riyadlus Shalihin*, CV Toha Putra, Semarang

Saputra, & Andik S. Dwi, (2010), *Penguatan Sharia Governance Melalui Reformasi Akuntansi*, Makalah disajikan pada Seinar Nasional Akuntansi (SNA) XIII, Purwokerto

Seminar Balanced Scorecard untuk Bank Indonesia, (2012), diunduh pada 3 Maret 2012 dari <http://ririsatria40.wordpress.com>.

Tayler, William B, (2007), *The Balanced Scorecard as a Strategy Evaluation Tool: Effect of Responsibility and Causal Chain Focus*, S.C. Johnson Graduate School of Management, Cornell University, Ithaca

Triyuwono, Iwan. (2002). *Kearifan Lokal: Internalisasi "Sang Lain" Dalam Dekonstruksi Pengukuran Kinerja Manajemen*, Makalah disajikan pada Seminar Regional Sehari, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang

Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Kinerja Perusahaan Di Indonesia

(Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesian dengan *Probabilistic Regression Model*)

Joko Sukendro
C. Ambar Pujiharjanto

Abstract

This purpose of this research examines whether dividend policy influences firm performance in Indonesia. The analyses are performed using data derived from the financial statement of listed firms on the IDX during the most recent five-year period. Ordinary Least Squares model is used to estimate the regression equation. In order to operationalise dividend policy ; the study coded: 1 to represent the company has a policy to pay dividend; while: 0 to represent the company has a policy not to pay dividend. The result show negative relationship beetwen return on assets, dividend policy and leverage. The result also reveal are not relationship all independent variables to return on equity and tobin'sq. The main value of this study is the identification of how dividend policy affects performance of firms listed on IDX.

Keyword : ROA, ROE, TOBIN'Sq, Dividend Policy, Payout Ratio, Size, Leverage, Growth .

PENDAHULUAN

Keputusan dividen adalah keputusan perusahaan yang menentukan seberapa besar bagian keuntungan yang menjadi hak bagi pemegang saham atau investor (Brigham dan Houston, 2006). Pembagian dividen menjadi sebuah keputusan, ketika diputuskan dalam rapat umum pemegang saham atau RUPS, yang biasanya terjadi kesepakatan antara manajemen dengan pemegang saham tentang berapa besar yang harus ditahan untuk diinvestasikan kembali ke dalam perusahaan, dan berapa yang dibagikan sebagai dividen. Dalam literatur keuangan lebih sering disebut sebagai kebijakan dividen atau *dividend policy*, karena harus diputuskan bersama-sama dengan pemegang saham, berbeda

dengan keputusan investasi dan keputusan pendanaan, yang sepenuhnya di bawah kendali manajemen.

Penelitian-penelitian empirik tentang kebijakan dividen, pada umumnya diarahkan untuk mengetahui mengapa perusahaan membayar dividen? Penelitian yang berkaitan dengan *agency theory* dan kepemilikan saham oleh pemerintah didokumentasikan oleh Fama dan French (2001); Naser dkk. (2004) dan Al-Mulkawi (2008). Mereka menunjukkan bahwa bahwa perusahaan-perusahaan yang besar dan perusahaan-perusahaan yang kepemilikan sahamnya sebagian besar dimiliki oleh pemerintah cenderung membayar dividen yang tinggi, karena ditujukan untuk

mengurangi persoalan-persoalan keagenan (*agency problems*).

Penelitian selanjutnya adalah penelitian tentang kebijakan dividen yang berkaitan dengan *free cash flow* dan profitabilitas perusahaan dilakukan oleh Fama dan French (2001); Aviazian, dkk (2003) dan Al-Kuwari (2010). Mereka melaporkan bahwa perusahaan-perusahaan yang mempunyai *free cash flow* dan profitabilitas yang tinggi mempunyai kecenderungan untuk menaikkan pembayaran dividennya. Penelitian tentang kebijakan dividen yang berkaitan dengan teori-teori di atas pada umumnya dilakukan pada pasar modal kategori *developed markets*. Brealey dan Myers (2005) menyatakan teori kebijakan dividen sebagai salah satu dari 10 (sepuluh) teori manajemen keuangan yang belum terdapat konsensus dari para peneliti manajemen keuangan. Namun Allen dan Mikhaley (2003) menyarankan bahwa penting mengembangkan teori lebih lanjut dan mencapai konsensus umum di antara para peneliti.

Latar Belakang Masalah

Telah lama diperdebatkan dalam literatur manajemen keuangan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham perusahaan maupun biaya modalnya. Brigham dan Houston (2006) menyampaikan bahwa perdebatan tersebut telah dimulai sejak Merton Miller dan Franco Modigliani (MM) menyampaikan argumentasinya tersebut. MM mengatakan jika kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan biaya modal maka dikatakan tidak relevan, sehingga teori tersebut dikenal menjadi *dividend irrelevance theory*. Pendapat MM

ini didasari sejumlah asumsi, khususnya terkait dengan tidak adanya pajak dan biaya transaksi, yang pada kenyataannya tidak terjadi dalam dunia nyata.

Pendapat MM ini mendapat kritik yang cukup tajam dari Myron Gordon dan John Litner (Brigham dan Houston, 2006). Mereka menyampaikan bahwa imbal hasil investasi turun seiring dengan peningkatan pembayaran dividen karena investor menilai bahwa imbal hasil yang diharapkan dari dividen lebih pasti dibandingkan imbal hasil dari investasi. Konsekuensi dari pemikiran ini adalah bahwa kebijakan dividen akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya menurut teori preferensi pajak menyatakan bahwa pajak yang dikenakan dari penghasilan dividen lebih tinggi dibandingkan dengan pajak yang dikenakan atas pendapatan yang dihasilkan dari capital gain, karena itu investor yang termasuk kelompok pembayar pajak tinggi (*cliente effect*) tidak menyukai dividen.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian tentang kebijakan dividen yang berkaitan dengan *free cash flow* dan profitabilitas perusahaan dilakukan oleh Fama dan French (2001); Aviazian, dkk (2003) dan Al-Kuwari (2010). Mereka melaporkan bahwa perusahaan-perusahaan yang mempunyai *free cash flow* dan profitabilitas yang tinggi mempunyai kecenderungan untuk menaikkan pembayaran dividennya. Sedangkan penelitian yang menghubungkan antara kebijakan dividen dengan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang dilakukan oleh Aviazian dkk. (2003). Mereka menunjukkan bahwa besarnya tingkat hutang perusahaan yang ditunjukkan oleh tingginya *debt rasionya* menyebabkan

rendahnya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. Situasi ini sekaligus mencerminkan tingginya risiko perusahaan akan diikuti oleh menurunnya kemampuan membayar dividen perusahaan. Sementara penelitian yang mengkaitkan kebijakan dividen dengan pertumbuhan perusahaan yang sekaligus mencerminkan prospek investasi perusahaan di masa depan ditunjukkan oleh penelitian Al-Kuwari (2010). Dia menunjukkan bahwa ketika tingkat pertumbuhan perusahaan tinggi, atau dengan kata lain perusahaan memerlukan dana untuk kebutuhan investasi, maka perusahaan cenderung akan membayar dividen yang rendah.

Penelitian yang dilakukan ini, tidak mencari penjelasan mengapa perusahaan membayar dividen, tetapi lebih kepada apakah kebijakan dividen perusahaan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Penelitian ini melibatkan perusahaan yang membagi dividen maupun perusahaan yang tidak membagi dividen, guna menunjukkan bagaimana pengaruh kebijakan dividen perusahaan bagi perusahaan yang membagi dividen dan bagaimana pengaruh variabel di luar kebijakan dividen bagi perusahaan yang tidak membagi dividen.

Tinjauan Teori

Kebijakan dividen adalah sebuah keputusan seberapa besar keuntungan perusahaan tersebut, didistribusikan kepada pemegang saham (Brigham dan Houston, 2006). Jika keputusan yang dibuat adalah mendistribusikan sebagian keuntungan tersebut sebagai dividen, pertanyaan yang mungkin timbul adalah (1) berapa banyak yang harus didistribusikan?, (2) apakah distribusi tersebut sebaiknya dalam

bentuk tunai, dan apakah dividen tersebut didistribusikan secara stabil atau bervariasi sesuai dengan arus kas dan atau kebutuhan investasi perusahaan.

a. *Dividend Irrelevance Theory*

Dividend Irrelevance Theory dari Miller dan Modigliani (MM) teori keuangan perusahaan modern. MM berargumentasi bahwa kebijakan dividen tidak relevan untuk biaya modal dan nilai dari perusahaan di dunia tanpa pajak atau biaya transaksi. Mereka menunjukkan bahwa ketika investor dapat menciptakan setiap pola pendapatan dengan menjual dan membeli saham, *return* yang disyaratkan diharapkan untuk mempengaruhi mereka memegang saham perusahaan tanpa kecuali untuk mengemas pembayaran dividen perusahaan dan emisi baru dari saham.

Dividend Irrelevance Theory dari MM menjelaskan bahwa nilai perusahaan hanya ditentukan oleh kemampuan dasar untuk menghasilkan laba dan risiko bisnisnya. Dengan kata lain MM berpendapat bahwa nilai dari sebuah perusahaan akan tergantung hanya pada laba yang dihasilkan oleh aktiva-aktivasnya, bukan pada bagaimana laba tersebut akan dibagi menjadi dividen dan saldo laba ditahan. Untuk memahami argumentasi MM bahwa kebijakan dividen adalah hal yang irelevan, secara teori setiap pemegang saham dapat membuat kebijakan dividennya sendiri. Mereka menunjukkan kapan investor dapat menciptakan *income* melalui penjualan dan pembelian saham, *return* yang diharapkan dibutuhkan untuk mempengaruhi pemegang saham perusahaan.

b. *The Bird in Hand Theory*

Teori The Bird in Hand Theory dari

Gordon dengan argumentasi bahwa tingkat imbal hasil investasi akan turun seiring dengan peningkatan pembayaran dividen, karena para investor kurang yakin akan penerimaan dari keuntungan modal yang seharusnya berasal dari saldo laba ditahan dibandingkan dengan penerimaan dari pembayaran dividen. Gordon dan Litner mengatakan, secara tidak langsung investor menilai dolar dari dividen yang diharapkan lebih tinggi daripada dolar dari keuntungan modal yang diharapkan karena komponen imbal hasil dividen lebih tidak berisiko jika dibandingkan dengan komponen pertumbuhan dalam total imbal hasil yang diharapkan. Hal ini disebabkan komponen imbal hasil yang diharapkan dari dividen lebih tidak berisiko jika dibandingkan dengan total imbal hasil yang diharapkan.

c. *Tax Preference Theory dan Clientelle Effect*

Terdapat alasan fundamental yang berhubungan dengan pajak mengapa investor lebih menyukai pembayaran dividen yang rendah dari pada menerima pembayaran dividen yang tinggi. Keuntungan modal jangka panjang biasanya dikenakan pajak dengan tarif 20 persen, sedangkan laba dividen dikenakan tarif pajak dengan angka maksimal 38,6 persen. Oleh karena itu, investor yang kaya (yang memiliki saham lebih banyak dan menerima sebagian besar dividen) mungkin lebih menyukai perusahaan menahannya dan menanamkan kembali labanya ke dalam bisnisnya. Litzenberger dan Ramaswamy dalam teori preferensi pajak berargumentasi bahwa investor mau perusahaan menahan laba dan sekaligus menyediakan return dalam bentuk menurunkan pajak atas *capital gains* dibanding pajak yang tinggi atas dividen.

Dengan kata lain, rasio pembayaran dividen rendah menurunkan *rate of return* yang disyaratkan dan meningkatkan nilai pasar saham perusahaan.

d. *Information Content, Signalling, dan Asymmetric Information Theory*

Asumsi utama dalam teori sinyal adalah bahwa manajemen mempunyai informasi yang akurat tentang nilai perusahaan yang tidak diketahui oleh investor luar, dan manajemen adalah orang yang selalu berusaha memaksimalkan insentif yang diharapkan. Asimetri informasi akan terjadi jika manajemen tidak secara penuh menyampaikan semua informasi yang diperolehnya tentang semua faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ke pasar modal. Jika manajemen menyampaikan suatu informasi ke pasar, maka pasar akan merespon informasi tersebut sebagai suatu sinyal terhadap adanya *event* tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari perubahan harga saham.

Metodologi Penelitian

Studi ini menjelaskan pengaruh kebijakan dividen terhadap kinerja perusahaan. Sampel penelitian ini adalah seluruh perusahaan non keuangan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 6 tahun (2005-2010). Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Laporan Neraca, Laporan Laba Rugi, dan Rasio Keuangan perusahaan, yang semuanya dapat diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)

Operasionalisasi kebijakan dividen menggunakan kode sebagai berikut:

1 = kebijakan perusahaan membayar

dividen
0 = kebijakan perusahaan tidak membayar dividen

Pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Tobin'Sq*. *ROA* adalah kemampuan perusahaan dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan keuntungan setelah pajak, *ROE* adalah kemampuan perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan keuntungan setelah pajak. dan *Tobin'Sq* merupakan rasio antara nilai pasar perlembar saham dengan nilai buku perlembar saham dan rasio ini mencerminkan nilai perusahaan. Variabel yang menjelaskan terdiri kebijakan dividen (*POLICY*) dan *Payout Ratio (PAY)* yaitu rasio dividen perlembar saham terhadap laba bersih persaham perusahaan, Selain itu ada *proxi firm size (SIZE)* adalah ukuran besarnya perusahaan yang diukur dengan *Log Natural Total Asset*, *Leverage Perusahaan (LEV)* yaitu rasio total utang terhadap nilai buku aktiva, dan yang terakhir adalah pertumbuhan dari penjualan (*GROWTH*) digunakan sebagai *proxi kesempatan investasi*

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap kinerja perusahaan. Bentuk yang umum dari model regresi dapat ditetapkan lebih lengkap sebagai:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it}$$

di mana i adalah dimensi perusahaan, t adalah dimensi waktu, Y_{it} adalah nilai perusahaan, X_{it} adalah variabel bebas dalam penilaian model, α adalah

konstanta, dan ε_{it} adalah random error term atau variabel yang tidak masuk dalam model

Guna mengidentifikasi dan mengukur pengaruh kebijakan dividen terhadap kinerja perusahaan dalam hal ini *Return on Assets*, *Return on Equity* dan *Tobin'Sq*, dapat diestimasi dengan menggunakan model regresi ganda berikut ini:

$$\begin{aligned} ROA_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 POLICY_{i,t} + \beta_2 PAY_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \\ ROE_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 POLICY_{i,t} + \beta_2 PAY_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \\ TOBIN'Sq_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 POLICY_{i,t} + \beta_2 PAY_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 GROWTH_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned}$$

Di mana:

$ROA_{i,t}$ = rasio laba setelah pajak terhadap total aktiva perusahaan i periode t
 $ROE_{i,t}$ = rasio laba setelah pajak terhadap ekuitas biasa perusahaan i periode t
 $TOBIN'Sq_{i,t}$ = rasio nilai pasar saham terhadap nilai buku ekuitas perusahaan i periode t
 $POLICY_{i,t}$ = variabel dummy untuk kebijakan dividen perusahaan i periode t
 $PAY_{i,t}$ = rasio dividen perlembar terhadap earning perlembar perusahaan i periode t
 $SIZE_{i,t}$ = log dari total aktiva perusahaan i periode t
 $LEV_{i,t}$ = rasio total utang terhadap total aktiva perusahaan i periode t
 $GROWTH_{i,t}$ = pertumbuhan penjualan perusahaan i periode t
 $\varepsilon_{i,t}$ = the error term

Analisis Empirik

Diskripsi Statistik

Tabel 1. Menyajikan ringkasan diskripsi statistik dari variabel dependen dan independen. Nilai rerata *ROA* sebesar -4,3793 %, Nilai rerata *ROE* sebesar 4,4845 %, Nilai rerata *TOBIN'Sq* sebesar 286,6855 %, Nilai rerata *POLICY* sebesar 0,2292 %, ini menunjukkan bahwa kurang dari 23 % perusahaan non keuangan yang mengambil kebijakan membayar dividen

Nilai rerata *PAY* sebesar 10,0449 %, Nilai rerata *SIZE* sebesar 27,5494 %, nilai rerata *LEV* sebesar 63,9887, Nilai rerata *GROWTH* sebesar 122,4520 %.

Tabel .1.

Descriptive Statistics dari *Variable ROA, ROE, dan TOBIN'Sq*

	Mean	Std. Deviation	N
ROA	-4.3793	289.02043	1536
ROE	4.4845	260.37556	1536
TOBINSq	286.6855	2010.44179	1536
POLICY	.2292	.42043	1536
PAY	10.0449	34.78726	1536
SIZE	27.5494	1.76996	1536
LEV	63.9887	196.67480	1536
GROWTH	122.4520	2101.04050	1536

Hasil Model Regresi

Tabel 2 menunjukkan hasil regresi antara variabel dependen dengan variabel independen. R^2 mengindikasikan bahwa 87,6% dari *Return on Assets* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model. Koefisien negatif signifikan dari kebijakan dividen mengindikasikan bahwa kebijakan perusahaan untuk tidak membayar dividen ternyata menurunkan kinerja perusahaan. Ini sejalan dengan teori sinyal dari Bhattacharya (1979), John and William (1985) dan Miller and Rock (1985).

Penemuan ini juga konsisten dengan bukti-bukti empiris (Allen and Mechaely, 2002; Gordon, 1961, 1962; Ross, et al 2001; Shefrin and Statman 1984; Easterbrook, 1984) bahwa kebijakan dividen mempengaruhi harga saham perusahaan. *Leverage* yang juga masuk dalam model untuk menaksir apakah penggunaan utang oleh perusahaan berpengaruh terhadap *Return on Assets* dan ternyata hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan utang berpengaruh negatif signifikan terhadap *ROA*

Tabel 2. juga menunjukkan bagaimana beberapa karakteristik tingkat perusahaan mempengaruhi profitabilitas perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia, meskipun beberapa diantaranya pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien dari *Pay*, *Size* perusahaan, dan *Growth* secara statistik berpengaruh tidak signifikan terhadap *Return on Assets*. Hubungan yang positif dari variabel *Pay* dengan *Return on Assets* mengindikasikan bahwa kenaikan variabel *Pay* ini berasosiasi dengan kenaikan *Return on Assets*. Ukuran perusahaan sebagai kesempatan investasi dan Pertumbuhan penjualan yang digunakan sebagai proksi prospek perusahaan di waktu yang akan datang berhubungan negatif dengan kinerja perusahaan yang diprosikan oleh *Return on Assets* meskipun tidak signifikan

Tabel 3 menunjukkan hasil regresi antara variabel dependen dengan variabel independen. R^2 mengindikasikan bahwa 0,03% dari *Return on Equity* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model. Hubungan antara *Return on Equity* dengan kebijakan dividen adalah positif tetapi tidak signifikan.

Tabel 2.
Hasil R`egresi *Policy, Pay, Size, Lev, dan Growth Terhadap ROA*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coef- ficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	102.502	42.044		2.438	.015
POLICY	-15.745	7.469	-.023	-2.108	.035
PAY	.026	.088	.003	.300	.764
SIZE	-.558	1.533	-.003	-.364	.716
LEV	-1.378	.013	-.937	-103.470	.000
GROWTH	.000	.001	-.002	-.203	.839
F-hitung					2.169,017
Sign-F					0,000 *)
R ²					0,876
DW					1,933

Keterangan:

a *Predictors: (Constant), GROWTH, LEV, PAY, SIZE, POLICY*

b *Dependent Variable: ROA*

*) Signifikan 5%

Tabel 3.
Hasil Regresi *Policy, Pay, Size, Lev, dan Growth Terhadap ROE*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coef- ficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-137.234	107.586		-1.276	.202
POLICY	16.834	19.112	.027	.881	.379
PAY	.011	.225	.001	.049	.961
SIZE	4.952	3.922	.034	1.263	.207
LEV	.022	.034	.017	.641	.521
GROWTH	-.001	.003	-.006	-.223	.824
F-hitung					0,777
Sign-F					0,566 *)
R ²					0,003
DW					1,933

Keterangan:

a *Predictors: (Constant), GROWTH, LEV, PAY, SIZE, POLICY*

b *Dependent Variable: ROE*

*) Signifikan 5%

Koefisien positif tidak signifikan dari kebijakan dividen mengindikasikan bahwa kebijakan perusahaan untuk membayar dividen tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan proksi *Return on Equity*. Ini berbeda dengan teori sinyal dari Bhattacharya (1979), John and William (1985) dan Miller and Rock (1985). Penemuan ini juga berbeda dengan bukti-bukti empiris (Allen and Mechaely, 2002; Gordon, 1961, 1962; Ross, et al 2001; Shefrin and Statman 1984; Easterbrook, 1984) bahwa kebijakan dividen

bahwa koefisien dari *Pay*, *Size* perusahaan, dan *Leverage* secara statistik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Return on Equity*. Hubungan yang positif dari variabel *Pay* dengan *Return on Equity* mengindikasikan bahwa kenaikan variabel *Pay* ini berasosiasi dengan kenaikan *Return on Equity*. Pertumbuhan penjualan yang digunakan sebagai proksi prospek perusahaan di waktu yang akan datang berhubungan negatif dengan kinerja perusahaan yang diproksikan oleh *Return on Equity* meskipun tidak signifikan

Tabel 4
Hasil Regresi *Policy*, *Pay*, *Size*, *Lev*, dan *Growth* Terhadap TOBIN'Sq

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-603.431	826.671		-.730	.466
POLICY	-.51.845	146.854	-.011	-.353	.724
PAY	.793	1.730	.014	.458	.647
SIZE	32.252	30.133	.028	1.070	.285
LEV	-.105	.262	-.010	-.403	.687
GROWTH	.100	.024	.105	4.117	.000
F-hitung					3,777
Sign-F					0,002 *)
R ²					0,012
DW					2,011

Keterangan:

a *Predictors*: (Constant), *GROWTH*, *LEV*, *PAY*, *SIZE*, *POLICY*

b *Dependent Variable*: TOBIN'Sq

*) Signifikan 5%

mempengaruhi harga saham perusahaan. Tabel 3. juga menunjukkan bagaimana beberapa karakteristik tingkat perusahaan mempengaruhi profitabilitas perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia, meskipun semua variabel pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian menunjukkan

Tabel 4 menunjukkan hasil regresi antara variabel dependen dengan variabel independen. R² mengindikasikan bahwa 1,2% dari *TOBIN'Sq* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model. Hubungan antara *TOBIN'Sq* dengan kebijakan dividen adalah negatif

tetapi tidak signifikan. Koefisien negatif tidak signifikan dari kebijakan dividen mengindikasikan bahwa kebijakan perusahaan tidak membayar dividen tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan proksi *TOBIN'Sq*. Ini berbeda dengan teori sinyal dari Bhattacharya (1979), John and William (1985) dan Miller and Rock (1985). Penemuan ini juga berbeda dengan bukti-bukti empiris (Allen and Mechaely, 2002; Gordon, 1961, 1962; Ross, et al 2001; Shefrin and Statman 1984; Easterbrook, 1984) bahwa kebijakan dividen mempengaruhi harga saham perusahaan.

Tabel 4. juga menunjukkan bagaimana beberapa karakteristik tingkat perusahaan mempengaruhi rasio nilai pasar terhadap nilai buku perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia, meskipun hanya ada satu variabel yang mempunyai pengaruh signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien pertumbuhan penjualan atau *Growth* berpengaruh positif signifikan ini berarti prospek perusahaan di waktu yang akan datang berhubungan positif signifikan dengan kinerja perusahaan yang diproksikan oleh *TOBIN'Sq*. *Pay* dan *Size* perusahaan, secara statistik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *TOBIN'Sq*. Hubungan yang positif dari variabel *Pay* dan *Size* perusahaan dengan *TOBIN'Sq* mengindikasikan bahwa kenaikan variabel *Pay* dan *Size* ini berasosiasi dengan kenaikan *TOBIN'Sq*. *Leverage* yang juga masuk dalam model untuk menaksir apakah penggunaan utang oleh perusahaan berpengaruh terhadap *TOBIN'Sq* dan ternyata hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan utang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *TOBIN'Sq*.

KESIMPULAN

Penelitian yang fokus utamanya bertujuan untuk menginvestigasi dan membuktikan pengaruh kebijakan dividen (*Policy*) terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 5 tahun. *Ordinary Least Squares* digunakan sebagai model untuk mengestimasi persamaan regresi.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan perusahaan tidak membayar dividen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan proksi *Return on Assets* yaitu kinerja perusahaan lebih buruk dibandingkan dengan perusahaan yang membayar dividen. Hasil penelitian ini menunjukkan berlakunya *signalling theory* maupun *information content theory* dalam kebijakan dividen.

Konstruksi penelitian ditambahkan dua persamaan yaitu *Return on Equity* dan *TOBIN'Sq* sebagai kinerja perusahaan untuk memeriksa kekuatan hasil. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen terhadap kinerja perusahaan dengan proksi *Return on Equity* dan *TOBIN'Sq* tidak ada yang signifikan, artinya bahwa baik perusahaan yang membayar dividen maupun yang tidak membayarkan dividen kinerjanya tidak berbeda, hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian pertama di mana kinerja perusahaan yang diproksikan oleh *Return On Assets* menunjukkan hasil yang signifikan bahkan kontradiktif. Hasil penelitian ini tidak memberi dukungan terhadap *signalling theory* maupun *information content theory* tetapi justru mendukung *irrelevant theory*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aivazian, V., L. Booth and S. Cleary, 2003. Do Emerging Market Firms Follow Different Dividend Policies from U.S. firms?, *Journal of Financial Research* 26, pp. 139-148.
- Allen, F. and R. Mikhaely., 2003. Payout Policy, *Elsevier*, Amsterdam, pp. 337-429.
- Amidu, M., 2007. How Does Dividend Policy Affect Performance of the Firm on Ghana Stock Exchange?, *Investment Management and Financial Innovations*, Volume 4, Issue 2, pp. 103-112.
- Al-Kuwari, D., 2010. To Pay or Not to Pay: Using Emerging Market Panel Data to Identify Factors Influencing Corporate Dividend Payout Decisions, *International Research Journal of Finance and Economics*, pp. 19-32.
- Al-Malkawi, H., 2008. Factors Influencing Corporate Dividend Decision: Evidence from Jordania Panel Data, *International Journal of Business* 13, pp. 177-195.
- Brealey, R., and Myers, S., 2003. *Principle of Corporate Finance*, 7th Edition, New York- McGraw Hill.
- Brigham E.F., and Ehrhardt., M.C., 2005. *Financial Management: Theory and Practice*, International Student Edition, South-Western Cengage Learning, Singapore.
- Brigham E.F., and Houston, JF., 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jilid 2, Edisi 10, Terjemahan, Jakarta-Salemba Empat.
- Fama, E. and K. French, 2001. Disappearing Dividends: Changing Firms Characteristics or Lower Propensity to Pay?, *Journal of Financial Economics* 60, pp. 3-43.
- Gordon M. (1961), "The Investment, financing, and Valuation of the Corporation", *Review of Economics and Statistics*.
- Kim, B. and Maddala, G. (1992), "Estimation and Specification Analysis of Models of Dividend Behaviour Based on Censored Panel Data", *Empirical Economic* 17, III-124.
- Litzenberger, R., and Ramaswamy K. (1979), "The effects of personal taxes and dividends on capital asset prices: theory and empirical evidence", *Journal of Financial Economics*, 7, 163-195.
- Miller, M.H. and Modigliani, F. (1961), "Dividend policy, growth, and the valuation of shares", *Journal of Business*, 34, 411-433.
- Miller, M.H. and Rock, K. (1985), "Dividend policy under asymmetric information", *Journal of finance*, 40, 1031 – 1051.
- Naser, K., R. Nuseibeh and Al-Kuwari, 2004. Dividend Policy of Companies Listed on Emerging Stock Exchanges: Evidence from Banking Sector of the Gulf Cooperation Council, *Middle East Business and Economic Review* 16, pp. 1-12.
- Ramcharan, H. (2001), "An empirical model of dividend policy in emerging equity markets". *Emerging Markets Quarterly*, 5, 39 – 49.
- Shefrin, H.M. and Statman, M. (1984), "Explaining Investor Preference for Cash Dividends", *Journal of Financial Economics* 13 (2), 253-282.

Protes Perajin Tahu-Tempe Dalam Wacana Media: Sebuah Penelitian Awal Menggunakan Analisis Isi

Kresno Agus Hendarto

Balai Penelitian Teknologi Hasil Hutan Bukan Kayu Mataram NTB

kresnoah@yahoo.com

Abstract

Tofu and tempe have popular among the Indonesia people. Nearly all people have ever consumed them. However with the long draught in the last half century in United States of America, the price of soybean, the raw material of tofu-tempe, has increased significantly. Consequently, the producers of tofu-tempe in Jakarta protested. They stopped the production for 3 days from 25 to 27 July 2012. The relation between media and protest is transactional. On the one hand, the protesting group uses media to disseminate their activities. On the other hand, media needs news to report. The objective of this study is to describe the protest of tofu-tempe producers. Therefore, this study attempts to answer some questions: (i) what is the root caused and what have triggered the protest? (ii) what is the target and what is the objective of the protest?; (iii) who is benefited by the protest?; and (iv) why the producers participated in the protest? Data on the protest by tofu-tempe producers were collected from media and analyzed by content analysis. The results showed that the root caused of the protest were (1) inability of the government to provide self-sufficiency of soybean; and (2) inability of the government to control the supply of soybean at national level; the trigger of the protest was significant increase of soybean price. They have made the producers protested. The objective of the protest was that consumers can understand why the price increased. The targets of the protest were the government; and the people most benefited by the protest were soybean importers.

Keywords: *protest, media, agenda setting, social dilemma theory, qualitative content analysis*

PENDAHULUAN

Hujan yang mulai turun di kawasan *Midwest*, Amerika, tak bisa memadamkan kekhawatiran bahwa kekeringan terburuk dalam setengah abad ini belum akan berakhir. Lebih dari 70% daerah lumbung jagung *Midwest* mengalami kekeringan pekan ini, naik dari 63% sepekan sebelumnya. Para ahli iklim mengatakan hal itu menunjukkan telah terjadi kondisi kekeringan terburuk di Amerika sejak tahun 1956. Dua pertanyaan besar di kawasan jagung Amerika, yakni

seberapa rendah hasil panen tahun ini dan seberapa tinggi harga berbagai komoditas itu masih belum terjawab. Namun, keadaan memburuk dengan tanaman jagung tidak berbuah, dan kedelai, yang ditanam setelah jagung, menghadapi ancaman pada fase pertumbuhannya (Reuters /AP/DI, 2012).

Apa dampaknya bagi Indonesia? Dengan produksi kedelai pada tahun 2010/2011 dan 2011/2012, yang hanya 0.72 juta ton, sedangkan impor untuk tahun tersebut

sebesar 1.90 dan 1.95 juta ton, maka senang tidak senang dampak tersebut akan terasa. Dampak yang mudah dilihat adalah harga kedelai yang terus naik dari harga sekitar Rp 5.500 per kilogram (kg) menjadi Rp 6.500 per kg dan akhirnya melonjak menjadi Rp 8.000 per kg. Kenaikan harga kedelai ini menyebabkan para perajin tahu-tempe mogok produksi terhitung mulai Rabu (25/7) hingga Jumat (27/7), selama 3 hari.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana protes para perajin tahu-tempe tersebut dilakukan. Dengan menggunakan data dari media, tujuan ini akan dijawab dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut: (i) apa akar masalah dan apa yang memicu terjadinya protes?; (ii) siapa target dan apa tujuan protes?; (iii) siapa yang diuntungkan dari mogok produksi?; dan (iv) mengapa para perajin berpartisipasi dalam protes?

Penelitian ini menggunakan berita media sebagai sumber data, yang dianalisis menggunakan analisis isi, mengapa? Wright (1985) menuliskan bahwa walaupun kita sering terpa komunikasi massa, pengalaman personal ini adalah terbatas dan selektif sifatnya. Maksudnya adalah tidak mungkin bagi kita untuk memperhatikan semua media massa (membaca koran, mendengarkan radio, menonton televisi, membuka situs internet). Lebih jauh lagi, karena kita sangat selektif dalam terpaan komunikasi, pengetahuan kita mengenai apa yang sedang disampaikan dibiarkan oleh selera pribadi kita sendiri. Melakukan analisis isi pada media akan memberikan gambaran isi pesan yang sistematis dan objektif tentang protes yang terjadi. Stokes (2006) menyatakan bahwa salah satu

keuntungan analisis isi adalah analisis isi memungkinkan untuk menghasilkan fakta-fakta dan angka-angka yang dapat digunakan sebagai bukti suatu argumen. Adiputra (2008) menuliskan pula beberapa kelebihan dari analisis isi, yaitu: (1) tidak dipakainya manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi adalah analisis non-reaktif karena tidak ada orang yang diwawancarai, diminta mengisi kuisioner, ataupun diminta ke laboratorium; (2) berbiaya lebih murah dan sumber data mudah diperoleh. Kelebihan kedua ini tentu saja tergantung pada ruang lingkup dan dimensi yang akan diteliti, namun secara umum analisis isi tidak memerlukan biaya yang terlalu besar; (3) dapat digunakan ketika penelitian survei tidak dapat dilakukan, misalnya penelitian tentang konflik politik, konflik agama dan lain-lain; dan (4) dapat dioperasikan secara kuantitatif dan kualitatif.

Selain itu, Gamson dan Wolfsfeld (1993) menyatakan bahwa gerakan social (ataupun juga aksi kolektif) dan media mempunyai hubungan yang bersifat transaksional antara 2 sistem kompleks, dimana setiap sistem kompleks tersebut mencoba untuk mencapai tujuan tertentu. Gerakan social membutuhkan media untuk: (1) mobilisasi, dalam hal ini gerakan social memerlukan media untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan/ tuntutan ke public; (2) validasi, dalam hal ini gerakan social memerlukan media untuk menunjukkan bahwa apa yang mereka lakukan adalah benar atau dengan kata lain validasi adalah pengakuan kebenaran dari tujuan gerakan; dan (3) pelebaran ruang lingkup, dalam hal ini gerakan social memerlukan media untuk menarik simpatisan melalui perluasan konflik.

Sedangkan bagi media, mereka melihat gerakan social sebagai potensi sumber berita. Gerakan social menyediakan drama, konflik, dan kesempatan potret yang warna-warni, yang dapat diberitakan.

TEORI AGENDA SETTING DAN SOCIAL DILEMMA

McQuail (1983) menyatakan tentang media/ pers sebagai berikut: *Pertama*, media dapat dilihat sebagai cermin dari kehidupan masyarakat. Sebagai cermin, media diasumsikan sebagai institusi yang mengolah fakta-fakta sosial yang ada dalam masyarakat. Dalam konteks ini media dianggap sebagai pengagenda fakta sosial, atau apa yang diberitakan media itulah dokumen-dokumen sosial penting yang terjadi dalam masyarakat. Sebaliknya, apabila ada sejumlah kejadian dilewatkan, kejadian tersebut dianggap sebagai peristiwa normal dan tidak penting untuk dicatat. *Kedua*, media juga dapat dilihat sebagai agen atau kekuatan sosial. Sebagai agen, media diasumsikan sebagai institusi sosial yang berperan dalam pembentukan opini dan sikap masyarakat terhadap suatu hal atau peristiwa.

Ada 2 tingkatan agenda setting, pertama menentukan isu-isu umum yang dianggap penting; dan kedua menentukan bagian atau aspek dari isu-isu tersebut yang dianggap penting (Littlejohn dan Foss, 2009). Jika individu menyadari isu, maka ia baru akan memperhatikan isu tersebut. Vivian (2008) menyatakan sebagai berikut: (1) *media menentukan prioritas*. Orang mempercayai berita dari media untuk mengetahui kejadian-kejadian dan mengurutkan kejadian itu berdasarkan arti pentingnya. Berita utama di halaman 1 koran dianggap

sebagai berita paling signifikan. Agenda seseorang akan terkena pengaruh bukan hanya dari cara suatu berita ditampilkan atau disampaikan, tetapi juga waktu dan ruang yang disediakan untuk berita itu; (2) media mempertahankan isu. Liputan yang terus menerus akan membuat isu menjadi kelihatan penting. Sebuah berita korupsi yang dilakukan seorang anggota partai mungkin akan segera dilupakan, tetapi berita lanjutannya selama sehari-hari, misalnya keterlibatan orang lain yang masih satu partai, akan menimbulkan pandangan bahwa partai tersebut bermasalah.

Ciri-ciri dasar kehidupan kelompok adalah bahwa hasil seorang anggota kerap kali tergantung tidak hanya berasal dari aksinya tetapi juga atas aksi orang lain dalam kelompoknya. Keadaan saling bergantung antara anggota kelompok mendukung secara kuat perilaku menguntungkan satu sama lain (Baron dan Kerr, 2003). Dilema sosial tampak ketika ada konflik kepentingan jangka pendek dan jangka panjang. Dilema sosial adalah situasi dimana keuntungan jangka pendek yang dipilih seorang individu akan memiliki konsekuensi negatif pada kelompok. Komorita dan Park (1995) menyatakan bahwa dilema sosial adalah situasi dimana setiap orang yang terlibat dapat meningkatkan hasil individual mereka dengan bertindak menang sendiri (egois), tetapi jika semua (atau kebanyakan) orang melakukan hal yang sama, hasil akhir yang didapat oleh semua orang akan berkurang. Mereka menyatakan pula bahwa orang-orang dalam situasi seperti ini harus berurusan dengan motif campuran: terdapat alasan untuk bekerja sama (menghindari hasil negatif untuk semua orang), tetapi ada juga alasan

untuk berkompetisi (untuk melakukan hal terbaik bagi diri sendiri). Sebagai contohnya adalah sebuah tim sepak bola. Untuk memperoleh gelar juara, seluruh anggota harus melakukan yang terbaik bagi tim. Di sisi lain, adalah kompetisi murni atau situasi jumlah-nol (*zero-sum*), ketika setiap pemain ingin menjadi “*top scorer*” dimana keuntungan bagi seseorang adalah kerugian bagi pihak lain.

Mengapa dilema sosial penting untuk dipelajari? Baron dan Kerr (2003) menyatakan bahwa pentingnya dilema sosial adalah; (1) karena dilema sosial berhubungan dengan pernyataan dasar tentang kehidupan sosial: apakah orang selalu akan mengikuti keuntungan mereka sendiri? Jika jawabannya “ya”, apakah akan berdampak buruk pada kelompok? Dikondisi seperti apa orang akan mengorbankan kepentingan dirinya untuk sesuatu yang biasa?; (2) alasan mempelajari dilema sosial adalah karena hal ini adalah sesuatu yang terasa biasa namun memiliki konsekuensi yang penting.

METODE

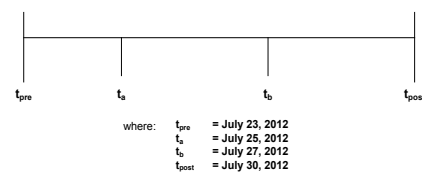
Populasi dan Sampel

Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah media dalam arti sempit, yaitu media cetak. Populasi dari penelitian ini adalah semua berita yang ada di harian *Kompas*. Digunakannya harian *Kompas* dikarenakan hal-hal sebagai berikut: (1) Harian *Kompas* merupakan harian berskala nasional; (2) Harian *Kompas* merupakan harian dengan oplah terbesar di Indonesia; (3) Harian *Kompas* merupakan harian yang *independent* (tidak condong ke kiri atau ke kanan) serta tidak berpihak (baik ke pemerintah maupun pihak lain di luar pemerintah); dan (4) Harian *Kompas*

mempunyai *coverage* (cakupan) se-Indonesia, cakupan ini meliputi isi berita maupun distribusinya. Hal ini bisa dilihat dari adanya sistem pencetakan jarak jauh, adanya *Kompas update*, serta adanya website www.Kompas.com.

Sedangkan jangkauan penelitiannya adalah isi berita di harian *Kompas* yang memenuhi kriteria: (1) Berita tersebut memuat item pemberitaan “*temped an tahu*”; dan (2) Berita tersebut dimuat di harian *Kompas* sejak tanggal dimulai hingga diakhirinya observasi. Observasi dilakukan sejak 23 Juli 2003 hingga 29 Juli 2012.

Atau selama 7 hari (Lampiran 1).



Gambar 1. Waktu Pengumpulan Data

Sampel merupakan masalah yang krusial dalam semua bentuk penelitian yang menggunakan analisis isi (Sumser, 2001). Jika kita ingin membahas tentang peran yang lemah dari perempuan dalam film, kita tidak dapat hanya mengambil sampel film-film dimana perempuan memiliki peran yang lemah saja. Namun, kita harus memilih sampel dari populasi film yang merepresentasikan semua film yang akan kita bahas. Pemilihan sampel pada penelitian ini digunakan metode *saturation sampling*. *Saturation sampling* didefinisikan sebagai perolehan semua unsur sampel dalam suatu populasi tertentu yang mempunyai karakteristik yang diinginkan peneliti (Black dan Champion 1976).

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah kuantifikasi dari definisi nominal atau definisi yang berasal dari kamus (Black and Champion, 1976). Kerlinger (2006) menuliskan bahwa definisi operasional adalah memberikan makna pada suatu konstruk atau variabel dengan menetapkan “operasi” atau kegiatan yang diperlukan untuk mengukurnya. Sementara itu, Kuncoro (2003) menuliskan bahwa definisi operasional adalah prosedur yang harus diikuti oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini, definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:

- a) Protes diartikan sebagai komplain yang keras untuk menunjukkan ketidaksetujuan atau kemarahan tentang sesuatu yang dianggap salah atau tidak adil.
- b) Mogok produksi adalah tidak mau bekerja (berbuat) sebagaimana biasanya. Dalam hal perajin tahu-tempe, mereka tidak membuat tahu-tempe seperti biasanya.
- c) Tempe makanan untuk lauk nasi, dibuat dari kedelai dan bahan lain yang diberi ragi; tahu makanan dari kedelai putih yg digiling halus-halus, direbus, dan dicetak.
- d) Pemicu adalah even yang dapat menyebabkan mogok produksi terjadi, namun tidak cukup kuat untuk menjelaskan mengapa mogok produksi terjadi.
- e) Akar masalah adalah inti dari mengapa suatu mogok produksi terjadi, akar masalah ini diperlukan untuk menghentikan mogok produksi secara permanen.
- f) Keuntungan adalah mendapat selisih positif dari apa yang dikeluarkan

(biaya) dengan apa yang diperoleh (pendapatan).

- g) Partisipasi adalah secara sadar turut serta dalam suatu kegiatan. Dalam hal ini kegiatan yang diikuti adalah protes berupa mogok produksi.

Analisi Data

Berelson (1952) menuliskan bahwa dalam penelitian analisis isi, validitas bukan merupakan permasalahan yang besar. Dengan pendefinisian operasional yang hati-hati serta pemilihan indikator yang baik dan benar, maka *coding sheet* diasumsikan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, pengukuran validitas cukup dengan menggunakan *face validity*. Sedangkan pengujian reliabilitas pada studi ini dilakukan dengan metode *inter coder reliability*. Pengujian ini dilakukan guna menjamin objektivitas data yang akan dianalisis dan juga keterandalan dalam teknik analisis yang digunakan. Sedangkan Kassarjian (1977) menuliskan bahwa uji validitas dalam analisis isi cukup menggunakan *content validity* atau *face validity*. Neuman (2000) menuliskan bahwa *face validity* adalah judgment yang dilakukan oleh komunitas ilmuwan yang menyatakan bahwa indikator tersebut memang benar mengukur sebuah konstruk. Pengujian reliabilitas pada studi ini dilakukan dengan metode *inter coder reliability*. Pengujian ini dilakukan guna menjamin objektivitas data yang akan dianalisis dan juga keterandalan dalam teknik analisis surat kabar yang diteliti. Pada studi ini reliabilitas diuji menggunakan nilai *coeficient of realibility* yang diajukan oleh Holsti (1963).

$$R = \frac{2(C_{1,2})}{C_1 + C_2}$$

dimana: $C_{1,2}$ = Jumlah katagori hasil assignment yang disetujui (dianggap sama) oleh semua koder; C_1, C_2 = Jumlah seluruh katagori yang digunakan oleh semua koder. Analisis isi kualitatif dilakukan setelah pengujian validitas dan reliabilitas. Analisis dilakukan dengan cara mengkontekstualisasi data berita. Kontekstualisasi ini dilakukan dengan melakukan koding terhadap konsensus dan perbedaan yang ada diantara berita serta menampilkan cuplikan pemberitaan untuk memperkuat argumentasi.

HASIL

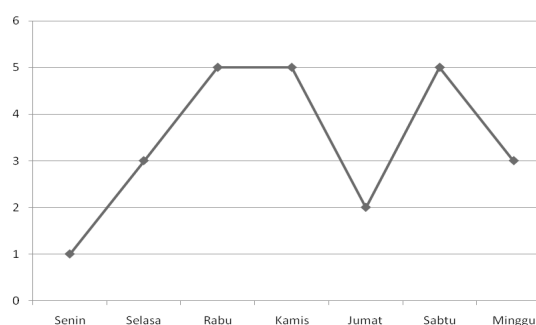
Pembuatan koding *sheet* dikonsultasikan pada peneliti dari Pusat Kajian Budaya dan Media Populer. Tujuan dari konsultasi ini adalah melakukan pengujian validitas isi pada koding *sheet*. Yang kami lakukan adalah menyampaikan koding *sheet* dan sebuah surat yang menjelaskan tujuan penelitian. Kemudian kami mendapat *feed back* dan komentar kualitatif dari ahli yang berasal dari Pusat Kajian Budaya dan Media Populer. *Feed back* dan komentar kualitatif ini kemudian kami jadikan dasar dalam memperbaiki beberapa definisi operasional dan indicator agar sesuai dengan apa yang digunakan oleh ahli (Lampiran 2). Setelah itu, dengan bantuan peneliti dari Universitas Charles Sturt dan ISS, dilakukan uji reliabilitas pada koding *sheet*.

Terdapat perbedaan dalam menentukan nilai batas penerimaan koefisien reliabilitas. Krippendorff (2004) menyatakan bahwa

batas bawah penerimaan koefisien reliabilitas adalah 0.8; Scott dalam Hasrullah (2001) menuliskan di atas 0.75; sedangkan Berelson (1952) menyatakan bahwa nilai koefisien ini terletak antara 0.79 sampai dengan 0.96. Penghitungan reliabilitas menunjukkan nilai = 0.89 atau berada di atas nilai yang dinyatakan oleh Krippendorff dan Scott, dan berada diantara nilai yang disarankan Berelson (Lampiran 3).

Gambaran Umum Berita

Dari hasil pengumpulan data, diperoleh sebanyak 24 berita yang mengandung kata "tempe dan tahu". Berita pertama diberitakan harian *KOMPAS* pada tanggal 23/7/2012. Setelah itu, berita tentang mogok produksi Perajin tahu-tempe diberitakan setiap hari. Bila dilihat dari format beritanya, mayoritas adalah straight news (19 buah), tajuk rencana (1 buah), kolom pojok (1 buah), dan karikatur (3 buah). Sebaran berita mogok produksi tahu-tempe di harian *Kompas* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sebaran Berita Protes Perajin Tahu Tempe

Gambar 2 menunjukkan bahwa berita tentang protes, pemogokan produksi, oleh perajin tahu-tempe memiliki kecenderungan meningkat pada hari menjelang

pemogokan. Demikian pula halnya setelah pemogokan berakhir, terjadi peningkatan. Satu hal yang menarik adalah selama 4 hari berturut-turut mogok produksi perajin tahu-tempe diletakkan di halaman 1 harian *Kompas*. Hal ini menunjukkan bukti bahwa antara media dan gerakan sosial memiliki hubungan yang transaksional. Kelompok yang melakukan mogok produksi dapat menjadi sumber pemberitaan, disisi lain kelompok tersebut dapat menyebarluaskan apa yang mereka lakukan ke masyarakat. Ada 18 KOPTI (Koperasi Perajin Tahu Tempe Indonesia) yang tersebar di Indonesia. Ke-18 KOPTI ini merupakan konsumen kedelai yang signifikan karena membawahi 83.545 rumah produksi di 18 propinsi (Aceh, Sumatra Utara, Riau, Kepulauan Riau, Jambi, Sumatra Barat, Sumatra Selatan, Lampung, Bengkulu, Bangka Belitung, Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara Barat). Dalam beritanya, *Kompas* melakukan wawancara terhadap pengurus KOPTI dan juga para perajin tahu-tempe. Kebanyakan wawancara pada perajin tahu-tempe dilakukan di daerah Jawa, seperti Jakarta, Solo, Tegal, Madiun, Tangerang, Magelang, Salatiga, Purwakarta, Sukoharjo, dan Tangerang Selatan. Hanya ada satu wawancara yang dilakukan di luar Jawa, yaitu Balikpapan.

Apa akar masalah dan apa yang memicu terjadinya protes?

Sejak awal, perspektif perilaku sosial telah memberi kontribusi yang sangat baik, dengan menyatakan bahwa akar dari semua konflik, kekerasan, gerakan sosial, dan protes adalah ketidakpuasan. Bentuk ketidakpuasan itu bisa terhadap norma-

norma yang sedang berlaku, struktur sosial yang tidak adil, sistem politik yang menindas, ekonomi yang eksploitatif, diskriminasi kelompok dan identitas tertentu, dan yang keseluruhannya bisa pula dilihat dari kacamata ideologi dan perspektif yang berbeda-beda (Manalu, 2009).

Dari hasil analisis diperoleh gambaran bahwa protes ini merupakan keputusan yang disepakati pada rapat tanggal 18 Juli 2012 yang dihadiri semua pengurus KOPTI di 5 wilayah Jakarta. Ajakan protes ini tertuang dalam surat pemberitahuan Nomor 29/org/VII/12 yang dikeluarkan Puskopti DKI Jakarta dan sekitarnya. Semua resiko selama mogok produksi juga telah diperhitungkan. Oleh karenanya pengurus meminta loyalitas perajin tahu-tempe untuk mentaati apa yang telah diputuskan. Selain itu, para pengurus akan mengawasi semua anggotanya. Pengurus juga mengakui bahwa telah ada sosialisasi yang cukup dalam rencana aksi ini.

Akar masalah adalah inti dari mengapa protes terjadi, akar masalah ini diperlukan untuk dapat menghentikan protes secara permanen. Dari hasil analisis, ada 2 akar masalah, yaitu: (1) belum mampunya pemerintah melakukan swa semba da kedelai sehingga pemerintah hampir tidak punya tangan untuk mengendalikan harga (sisi makro); dan (2) ketidakmampuan pemerintah mengendalikan persediaan kedelai di tingkat nasional (sisi mikro) (*Kompas*, 25/7). Mengapa? Hal ini sedikit banyak karena peran bulog yang dibatasi. Ia hanya diperbolehkan mengurus beras, tidak 9 bahan pokok seperti dulu.

Kenaikan harga kedelai yang secara drastis

dalam waktu yang relatif singkat atau lompatan harga kedelai ini merupakan pemicu dari protes yang terjadi. Aprilia (2012) menuliskan bahwa sejak tak lagi dipegang Bulog (Badan Urusan Logistik), saat ini hanya ada beberapa importir kedelai yang menguasai pasar. Para pemain utama yang kerap disebut “empat naga” itu adalah: PT Gerbang Cahaya Utama; PT Cargill Indonesia; PT Alam Agri Perkasa; dan PT Citra Bhakti Mulia.

Apa kunci sukses Bulog, dahulu, sehingga bisa menstabilkan harga? Gafar (2012a) menyatakan bahwa ada 3 faktor kunci, yaitu: (1) modal dasar; (2) modal pendukung; dan (3) modal pelengkap. Modal dasar pertama dan utama adalah dipercaya. Saat itu bulog dipercaya oleh pemerintah dan masyarakat karena dapat menyelesaikan masalah dengan cepat sesuai tuntutan pada masa itu. Modal dasar kedua adalah dibutuhkan. Ia dibutuhkan untuk menyelesaikan berbagai masalah pangan yang pasarnya belum tumbuh baik atau dikuasai kekuatan pasar tertentu, perdagangan antar tempat belum lancar, dan perbedaan harga antar musim masih terlalu lebar. Modal dasar ketiga adalah cara kerjanya “mrantasi”, yaitu menyelesaikan masalah dengan baik dan tuntas. Bulog mendukung penuh kebijakan pemerintah dan pemerintah pun konsekuen mengganti biaya yang diperlukan sesuai ketentuan dan prosedur yang berlaku. Kemudian, modal pendukung adalah adanya pembiayaan yang cukup, sumber daya manusia yang mempunyai (kompeten), dan dukungan politik penuh dari pemerintah. Sedangkan, modal pelengkap adalah adanya perangkat lunak dan perangkat keras yang memadai. Dalam hal ini perangkat lunak adalah struktur organisasi

yang fleksibel dan gaya kepemimpinan yang ngayomi dan ngayemi. Ngayomi berarti pimpinan memberikan perlindungan kepada bawahan yang menjalankan tugas sesuai aturan, sedangkan ngayemi karena kesejahteraannya diperhatikan. Di sisi lain, perangkat keras adalah adanya jaringan kantor dan gudang yang tersebar di seluruh Indonesia dengan kapasitas 3.5 juta ton.

Maryoto (2012) menuliskan bahwa *pada zaman Orde Baru sebenarnya sudah ada sistem bagi perajin tahu dan tempe untuk mendapatkan kedelai. Petani kedelai di dalam negeri juga mendapat insentif yang memadai. Ada koperasi yang kuat dan ada Bulog yang menjadi penyangga pasokan kedelai. Gejolak harga relatif jarang terjadi. Sistem yang sudah dibuat pada masa itu kini hilang. Ketidakpercayaan terhadap koperasi dan peran Bulog menjadi sumber sistem itu rusak dari dalam. Sangat wajar apabila banyak pihak menuntut pembubaran sistem itu karena kadang digunakan untuk keperluan di luar urusan perdagangan kedelai. Ketika kita akan mengembalikan sistem ini, hal yang terjadi adalah keraguan untuk mengembalikan sistem itu. Kita ragu karena persoalan transparansi belum bisa dijalankan sepenuhnya.*

Siapa target dan apa tujuan dari protes?

Gene Sharp dalam Lofland (2003) membagi protes dalam 4 tingkatan berdasarkan tingkat keseriusannya, yaitu: (1) protes simbolik atau protes santun, yaitu cara-cara teratur, tidak merusak, dan kurang begitu atraktif yang dilakukan secara kolektif untuk mengungkapkan keluhan; (2) anti Kerja Sama, yaitu penolakan untuk meneruskan

tatanan sosial yang ada; (3) intervensi, yaitu penghancuran pola-pola, kebijakan, dan hubungan perilaku serta lembaga yang dianggap sebagai penghambat; dan (4) Lembaga Alternatif, merupakan bentuk protes yang tertinggi. Jika aksi ini dapat menggantikan loyalitas masyarakat, maka aksi telah mencapai jenis protes yang paling serius dan paling penting. Aksi ini mampu memicu perubahan yang sangat besar-bahkan revolusi-yang tidak mungkin dapat dipicu oleh ketiga jenis protes sebelumnya.

Dari pembagian bentuk protes tersebut, maka apa yang dilakukan oleh perajin tahu-tempe ini termasuk dalam anti kerja sama. Bentuk aksi yang dapat dilakukan dalam anti kerja sama ini adalah pemogokan, pengembosan, dan boikot. Dalam boikot, berdasarkan tujuannya, Hoffman dan Muller (2009) membedakan menjadi: instrumental dan ekspresif. Boikot instrumental adalah boikot yang bertujuan untuk memaksa target boikot untuk mengubah kebijakannya atau perilakunya. Sedangkan boikot ekspresif adalah boikot yang lebih merupakan bentuk umum dari sebuah protes kepada target boikot. Perbedaan antara boikot instrumental dan boikot ekspresif dapat dilihat dari tujuannya. Tujuan dalam boikot instrumental dinyatakan dengan jelas dan terukur sedangkan pada boikot ekspresif adalah kebalikannya, tidak jelas, tidak terukur dan hanya merupakan pelampiasan kemarahan atau frustrasi kepada target boikot.

Dari data yang dikumpulkan, dapat dikatakan bahwa target protes adalah pemerintah dan tujuan protes adalah instrumental (analog dengan boikot di atas). Dari hasil analisis isi,

beberapa tujuan dari protes tersebut, yaitu: (1) Pemerintah mengambil alih tata niaga kedelai (*Kompas* 23/7); (2) Menghapus bea masuk impor kedelai (*Kompas* 23/7); (3) Sosialisasi pada masyarakat bahwa harga kedelai naik sehingga dapat mengerti kalau harga jual juga naik (*Kompas* 24/7); (4) Memberikan subsidi harga kedelai kepada perajin tahu-tempe (*Kompas* 24/7); dan (5) Agar pemerintah bias melihat penderitaan perajin tahu-tempe menyusul kenaikan harga komoditas kedelai (*Kompas* 25/7).

Siapa yang diuntungkan dari protes?

Gafar (2012b) menyatakan bahwa pada masa pemerintahan orde baru, sekitar tahun 1978, Soedarsono Hadisapoetro, Menteri Pertanian saat itu, membuat kebijakan rasio perbandingan harga antara gabah: jagung: kedelai = 1: 1: 2.5. Apa artinya? Bila harga gabah adalah Rp 1.000, maka harga jagung Rp 1.000, dan harga kedelai Rp 2.500. Kebijakan ini bertujuan untuk memberikan insentif bagi petani kedelai agar mereka tetap bersedia untuk menanam kedelai. Bagaimana harga saat ini? Dengan pengenaan bea masuk yang berlaku dari tahun 2000 sampai sekarang (5%), ternyata rasionya selalu di bawah 1.3, bahkan pada tahun 2006 mendekati 1 dan tahun 2007 dibawah 1. Artinya, harga kedelai lebih murah dibandingkan harga beras. Dengan kata lain, adanya protes, yang diikuti dengan reaksi pemerintah, tidak menyebabkan petani petani diuntungkan.

Bagaimana dengan konsumen tahu-tempe? Untuk mensiasati harga kedelai yang melompat tinggi, sebelum protes dilakukan, beberapa perajin melakukan hal-hal sebagai berikut: (1) *menggunakan kedelai yang mempunyai kualitas lebih rendah*; dan (2)

mengurangi besar potongan dari tahu dan tempe. Setelah protes berakhir, perajin tahu-tempe memiliki rencana untuk menaikkan harga antara Rp 1.000 s/d 2.000 "Sebagai contoh, potongan tempe yang biasanya dijual Rp 3.000 akan dijual dengan harga Rp 4.000 per potong, sedangkan potongan tempe dengan harga Rp 6.000 per potong akan dijual Rp 8.000", (Ketua Pusat Koperasi Tempe dan Tahu DKI Jakarta). Dengan kata lain, sama seperti petani, konsumen juga tidak diuntungkan.

Keputusan pemerintah dalam Rapat Koordinasi Pangan yang dipimpin Menteri Koordinator Perekonomian, Hatta Rajasa, mengambil keputusan: (1) *Pemerintah memfasilitasi impor kedelai; dan (2) Membebaskan bea masuk komoditas itu hingga akhir tahun* (Kompas, 26/7). Dari hasil keputusan tersebut, yang terlihat instans, dapat dikatakan bahwa yang diuntungkan dengan adanya protes adalah perajin tahu dan tempe (baik yang berpartisipasi dalam protes maupun tidak). Keuntungan ini berupa penurunan harga kedelai paling tidak 5%; seperti yang dinyatakan dalam berita, *"Dengan kebijakan itu, menurut Hatta, diharapkan harga kedelai dapat turun, sedikitnya sama dengan persentase pengurangan bea masuk 5 persen"* (Kompas, 26/7).

Namun demikian, yang lebih diuntungkan lagi adalah para importir yang sekarang menguasai tata niaga impor kedelai. Dengan kata lain, perajin tahu-tempe merupakan pihak yang diuntungkan dari adanya kebijakan ini, namun lebih untung lagi adalah para importir kedelai. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Sekretaris Jenderal Himpunan Perajin Tahu Tempe

Indonesia sebagai berikut: *"Pemerintah tidak paham dengan persoalan. Paket kebijakan pemerintah tidak akan bisa menyentuh persoalan yang melingkupi tata niaga kedelai yang pada praktiknya hanya dikuasai segelintir orang,"* (Kompas, 27/7). Pernyataan dari Ketua Pengawas Gabungan Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia juga memperkuat hal ini, *"Penghapusan bea masuk sebesar lima persen itu cuma menguntungkan importir, dan tidak akan mengubah keadaan. Kami tetap menuntut pemerintah mengembalikan tata niaga kedelai ke Bulog,"*; "Gabkopti, mewakili para perajin tempe dan tahu di 18 provinsi, menyatakan tidak puas dengan keputusan ini. Pemerintah hanya peduli kepada para importir, dan bukan kepada perajin dan petani kecil," (Kompas, 27/7).

Mengapa para perajin bersedia terlibat (berpartisipasi) dalam protes?

Tidak semua perajin tahu tempe berpartisipasi dalam protes. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan sebagai berikut: *"Razia pedagang tempe di sejumlah pasar merupakan eksekusi dari kekalutan para perajin tempe dan tahu. Langkah ini tidak bisa dibenarkan, tetapi juga tidak bisa dilihat hanya dari sisi hilir. Pemerintah berkewajiban segera mengambil kontrol harga kedelai. Pendapat ini disampaikan sosiolog Imam Prasodjo, Kompas (26/7). Demikian pula pernyataan yang ditulis: "Tidak ada yang berani jual tempe. Semua pedagang tempe dan tahu libur. Mereka di-sweeping jika tetap jual, seperti tadi malam. Keributan terjadi di sini," tutur Adin (21), penjaga toko di Pasar Bata Putih, Jaksel. Demikian pula yang dituliskan Kompas (27/07): Kasubbag Humas Polres Metro Jaktim Komisaris*

Didik Haryadi mengatakan, Primkopti sebaiknya menerapkan sanksi internal terhadap anggota yang melanggar kesepakatan mogok produksi. "Bukannya merazia pasar dan menyita komoditas dari perajin atau pedagang." Ia mengatakan pula, dari pemberitaan diketahui razia oleh Primkopti Jaktim terhadap pedagang tempe-tahu di Pasar Kramat Jati, Ciracas, Rawamangun, Klender, dan Pulogadung. Dari pedagang didapat sekitar 2 ton tempe dan tahu yang kemudian dibuang dan atau dihancurkan. Ia juga mengimbau pedagang yang merasa dirugikan dan ingin memperkarakan razia agar melapor. Perazia bisa diancam pidana perbuatan tidak menyenangkan. "Bisa juga dianggap melakukan pencurian dengan kekerasan sebab mengambil milik orang secara paksa," katanya.

Dilema sosial adalah situasi dimana setiap orang yang terlibat dapat meningkatkan hasil individual mereka dengan bertindak egois, tetapi jika semua orang melakukan hal yang sama, hasil akhir yang didapat oleh semua orang akan berkurang (Komorita dan Parks, 1994). Dalam kasus protes perajin tahu tempe, mereka yang bertindak egois akan tetap memproduksi untuk mendapat keuntungan (tidak ada saingan). Sedangkan mereka yang berpartisipasi mempunyai pemikiran untuk menghindari hasil negatif bagi semua perajin tahu tempe, termasuk dirinya. Dengan kata lain, mereka yang berpartisipasi dalam protes memilih insentif kolektif dibanding insentif selektif. Insentif kolektif berhubungan dengan pencapaian tujuan kolektif. Sifatnya inklusif-yaitu begitu tujuan yang dimaksudkan terealisasi, maka setiap orang mendapat kan keuntungan, termasuk orang-orang

yang tidak pernah memberikan kontribusi (pendompleng/ free reader). Sebaliknya, insentif selektif hanya memengaruhi orang-orang yang berpartisipasi dalam suatu aksi kolektif.

Ilustrasi klasik dari situasi dilema sosial dikenal dengan nama *prisoner's dilemma*/ dilema tersangka dan *tragedy of commons*/ tragedi milik bersama (Baron dan Byrne, 2005: 189; Baron dan Kerr, 2003: 140; Myers, 2008: 469-470). Dawes (1980) menyatakan bahwa dilema tersangka adalah kiasan yang sering digunakan dalam penelitian psikologi, sosiologi, dan ekonomi untuk memodelkan situasi konflik sosial antara 2 individu. Ke 2 individu tersebut dapat memilih baik untuk bekerja sama atau berkompetisi. Ada imbalan yang berbeda dari pilihan mereka. Jika keduanya bekerja sama, mereka akan memperoleh imbalan yang besar. Sebaliknya, jika keduanya berkompetisi, setiap individu akan memperoleh imbalan yang jauh lebih kecil, atau kehilangan yang berarti. Yang juga menarik adalah bila salah satu dari individu tersebut memilih bekerja sama dan individu lain memilih berkompetisi. Dalam kejadian ini, individu yang memilih berkompetisi akan memperoleh hasil yang lebih besar dibanding individu yang memilih bekerja sama. Penjelasan ini dapat diilustrasikan sebagaimana Gambar 3.

		Tersangka B	
		Mengaku	Tidak Mengaku
Tersangka A	Mengaku	5 tahun / 5 tahun	10 tahun / 0 tahun
	Tidak Mengaku	0 tahun / 10 tahun	1 tahun / 1 tahun

Sumber: Myers (2008)

Gambar 3. Dilema Tersangka

Dengan ilustrasi di Indonesia, Gambar 3 dapat dicontohkan sebagai berikut:

Pada suatu hari ditangkap 2 orang tersangka korupsi oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Misalkan namanya adalah A dan B. Pimpinan KPK meyakini bahwa mereka berdua bersalah, namun tidak cukup bukti untuk menuntut mereka. Kemudian salah satu pimpinan KPK mengajukan insentif bagi kedua tersangka tersebut. Mereka diperiksa di ruangan terpisah, dengan diberi pernyataan sebagai berikut:

- Jika tersangka A mengaku dan tersangka B tidak, maka KPK akan memberi imunitas pada tersangka A, dan akan menuntut tersangka B dengan tuntutan maksimum, yaitu 10 tahun (dan demikian pula sebaliknya jika B mengaku dan A tidak). Imunitas disini diartikan sebagai *whistle blower*, yang karena jasanya dalam mengungkapkan suatu tindak pidana dapat dibebaskan dari tuntutan.
- Jika keduanya mengaku, maka keduanya akan memperoleh tuntutan yang menengah (masing-masing 5 tahun).
- Jika tidak ada yang mengaku, maka keduanya akan dituntut dengan hukuman minimal (masing-masing 1 tahun).

Gambar 2 menunjukkan pula bahwa selain imbalan/ insentif, nilai-nilai personal dan komunikasi juga turut mempengaruhi. McClintock dan Liebrand (1988) menyatakan bahwa ada 3 nilai atau strategi untuk berinteraksi dengan orang lain, yaitu: (1) kooperatif (orang yang mau bekerja sama) ingin memaksimalkan imbalan bersama bagi dirinya dan partnernya; (2) competitor berorientasi lebih memaksimalkan keuntungannya sendiri

di atas partnernya; dan (3) individualis berorientasi ingin memaksimalkan perolehannya sendiri, tanpa peduli apakah partnernya untung atau rugi. Pada protes yang dilakukan perajin tahu tempe, sponsor protes telah melakukan komunikasi/ sosialisai sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari (*Kompas* 23/7): “*Kuncoro, seorang perajin di Semanan, menyatakan sudah siap mogok kerja.*” *Keputusan para pengurus koperasi adalah cermin sikap para perajin tempe dan tahu di sini. Semuanya sudah lewat proses sosialisasi yang cukup. Saya dan lima saudara saya yang masing-masing memiliki rumah produksi sendiri sudah siap mogok kerja tiga hari,” kata Kuncoro (61) di rumahnya, di Jalan Windu Gutomo, Semanan.*”

Dari apa yang telah dituliskan di atas, pelajaran yang paling berharga dari teori *social dilemma* adalah bahwa ketika individu berurusan dengan orang lain secara berulang, sehingga mereka dapat saling membalas dendam atau saling menghargai, kerjasama akan lebih menguntungkan daripada terus menerus berusaha mengambil keuntungan dari pihak lain (Velasquez 2006). Hal inilah yang menyebabkan kebanyakan perajin tahu tempe berpartisipasi dalam protes.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis terlihat bahwa perajin tahu-tempe menyampaikan protes selama 3 hari kepada pemerintah. Protes ini dapat digolongkan sebagai anti kerjasama, menurut definisi dari Gene Sharp. Ketika protes ini terekspose ke media, reaksi pemetintah adalah menghilangkan bea masuk impor kedelai dan membebaskan setiap badan usaha untuk mengimpor

kedelai langsung dari produsen.

Sebagai sebuah reaksi atas apa yang terjadi, kebijakan yang dianggap sebagai solusi yang instan, hanya akan efektif dalam beberapa saat. Perlu adanya langkah-langkah lanjutan yang harus dilakukan. Diantaranya adalah:

1. Melakukan analisis stakeholder terhadap produksi tahu-tempe. Secara kasar, stakeholder dari produksi tahu-tempe, yang tertangkap dari analisis ini, adalah: eksportir (di luar negeri), importir (di dalam negeri), Bulog, pengurus koperasi tahu-tempe, rumah produksi, perajin tahu-tempe, pedagang tahu-tempe, dan konsumen.
2. Mencari tahu apa *interest* (kepentingan) dan *influence* (pengaruh) dari masing-masing stakeholder. Hal ini perlu dilakukan agar pemerintah dapat memberikan perhatian yang seimbang diantara stakeholder. Dari hasil analisis terlihat bahwa reaksi pemerintah belum menyentuh pada semua stakeholder.
3. Merevitalisasi kembali peran Bulog sebagai badan penyangga.
4. Importir kedelai diwajibkan untuk membantu petani. Dasarnya adalah Undang-undang Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007, pasal 74. Bantuan ini berupa pembelian seluruh produk kedelai petani, sebelum mereka mengimpor kedelai dari Amerika.
5. Meskipun berasal dari Negara sub tropis yang curah hujan, intensitas cahaya matahari, dan temperature udaranya berbeda, dengan teknologi dan perlakuan tertentu, tanaman kedelai juga bias dikembangkan di Indonesia. Beberapa lokasi telah membuktikan hal tersebut (misalnya: Grobogan, Wonogiri, Banyumas). Sehingga pemerintah perlu

menentukan daerah mana yang sesuai bagi petani untuk ditanami kedelai. Tidak kalah pentingnya adalah menggunakan kembali rasio yang telah diberlakukan di jaman Orde Baru, 1:1:2.5. Hal ini disebabkan karena bagi petani, yang penting adalah *gathuk*, *mathuk*, *cucuk* (cocok, sesuai, menguntungkan) (UTI/WHO/SON, 2012).

Protes yang dilakukan oleh perajin tahu-tempe merupakan perilaku kolektif. Teori perilaku kolektif yang paling komprehensif adalah yang dikemukakan oleh Smelser (Coleman, 2010). Teori ini memiliki landasan yang berasal dari teori ekonomi: tahap-tahap perkembangan fenomena perilaku kolektif dianggap menyumbang "nilai tambah", menghasilkan sebuah produk akhir, yaitu perilaku kolektif. Klandermans (1997) menuliskan bahwa dalam teori ini, Smelser menyebutkan adanya 6 tahap spesifik yang harus berkombinasi menurut pola tertentu, logika nilai tambah (*value-added logic*), untuk menghasilkan suatu aksi kolektif. Smelser (1962) menuliskan bahwa tahapan tersebut adalah: (1) kondusivitas struktural (*structural conductiveness*); yaitu karakteristik-karakteristik tata letak tempat aksi sosial berlangsung yang mendukung jenis perilaku kolektif tertentu, tetapi tidak mendukung jenis perilaku kolektif lain. Sebagian dari faktor ini merupakan kekuatan alam yang berada di luar kekuasaan manusia; namun sebagian merupakan faktor yang terkait dengan ada-tidaknya pengaturan melalui institusi sosial. Sunarto (2004) mencontohkan apabila dana nasabah bank tidak dilindungi hukum, misalnya, para nasabah akan lebih mudah terpicu untuk beramai-ramai menarik dananya manakala

kepercayaan terhadap banknya memudar; (2) ketegangan struktural (*structural strain*), mengacu pada 'sesuatu yang salah dalam lingkungan masyarakat'. Ia menekankan bahwa bentuk ketegangan apa pun bisa menjadi determinan bagi perilaku kolektif apa pun; (3) perkembangan dan penyebaran keyakinan yang tergeneralisasi (*growth and spread of generalized belief*), keyakinan yang tergeneralisasi mengidentifikasi sumber ketegangan, mengatribusikan karakteristik-karakteristik sumber ketegangan itu, kemudian sedapat mungkin dan setepat mungkin menentukan respon-respon tertentu terhadap ketegangan itu; (4) faktor-faktor pencetus (*precipitating factors*); (5) mobilisasi peserta untuk melakukan aksi (*mobilization of the movement for action*), sebagai kondisi yang diperlukan untuk membawa kelompok yang terkena pengaruh ke dalam aksi. Perilaku kolektif terwujud manakala khalayak dimobilisasi oleh pimpinannya untuk bertindak, baik untuk bergerak menjauhi suatu situasi berbahaya ataupun untuk mendekati orang atau sesuatu yang mereka anggap sebagai sasaran tindakan. Dalam tahap ini perilaku pemimpin dan kelompok memegang peranan penting; dan (6) berlakunya kontrol sosial (*the operation of social control*), yaitu proses-proses yang berjalan baik di semua tahap untuk mengurungkan dan mengendalikan perilaku kolektif sebelum dan sesudah hal itu terjadi.

Dari beberapa hal tersebut di atas, dapat dinyatakan bahwa meskipun kelompok rujukan (koperasi tahu-tempe) mempengaruhi keputusan terlibat protes/tidak terlibat protes seseorang, orang tersebut akan melakukan perhitungan

yang rasional sebelum benar-benar melakukannya. Tetapi ketika situasinya melibatkan aksi kolektif, dinamisasi motivasinya menjadi lebih kompleks.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan protes para perajin tahu-tempe dari wacana media. Salah satu alasan penggunaan data dari media adalah dikarenakan adanya hubungan transaksional antara media dan protes. Hasil analisis menunjukkan bahwa target protes adalah negara. Akar permasalahan protes adalah: (1) belum mampunya pemerintah melakukan swa sembada kedelai; dan (2) ketidakmampuan pemerintah mengendalikan persediaan kedelai di tingkat nasional negara. Sedangkan pemicu protes adalah adanya lompatan harga kedelai dalam waktu yang relatif singkat yang menggerus keuntungan dari perajin tahu tempe. Pemerintah kemudian mengeluarkan kebijakan, yang terlihat instan, berupa penurunan bea masuk dan pembebasan impor langsung kepada banyak pihak (koperasi, perajin tahu-tempe dll). Kebijakan ini secara langsung memberi dampak keuntungan bagi perajin tahu-tempe (minimal harga kedelai turun sebesar 5%). Namun keuntungan yang lebih besar lagi diterima oleh pengimpor kedelai. Di sisi lain, bagi petani kedelai kebijakan ini akan semakin menyudutkan mereka.

Penelitian ini memberi kontribusi terhadap pemahaman kita akan protes yang dilakukan perajin tahu tempe. Dari perspektif teori agenda setting, meskipun ada hubungan transaksional antara media dan protes, para

editor bahkan wartawan selalu memilih mana berita yang layak untuk dimuat dan mana yang tidak. Sebagai contoh, ketika ada protes di beberapa Negara terkait dimuatnya kartun Nabi Muhammad di Koran Denmark; dan juga film “Innocence of Muslim” yang menghina Nabi Muhammad, *Kompas* tidak menurunkannya di halaman pertama. Dari perspektif teori social dilemma, keputusan untuk menampilkan tingkah laku tertentu (berpartisipasi dalam protes) adalah hasil dari proses rasional. Pilihan tingkah laku dipertimbangkan, konsekuensi dan hasil dari setiap tingkah laku dievaluasi, dan dibuat sebuah keputusan apakah melibatkan diri dalam protes atau tidak.

Penggunaan media sebagai sumber data dalam penelitian protes telah banyak digunakan. McAdam dan Su (2002); Earl, Soule, dan McCarthy (2003) menggunakan data yang berasal dari New York Times; Bond, Jenkins, Taylor, dan Schock (1997); Jenkin dan Bond (2001) menggunakan data dari Reuters. Meskipun demikian beberapa peneliti mengkritik kemungkinan adanya bias peneliti dalam pengumpulan data (Earl, Martin, McCarthy, Soule, 2004). Guna mengurangi kelemahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode sampel saturation dalam pengumpulan datanya. Keterbatasan lain adalah bahwa penelitian ini hanya menggunakan satu media, yaitu *Kompas*. Akan lebih baik jika digunakan media yang lebih banyak (beragam). Penambahan dengan penggunaan media elektronik memungkinkan pula untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Di sisi lain, kombinasi metode pengumpulan data antara metode observasi dan metode survey memungkinkan pula untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Keterbatasan dan Saran

Temuan-temuan di depan menimbulkan beberapa implikasi baik manajerial maupun penelitian mendatang. (1) Reaksi target boikot (pemerintah) adalah menghapus bea masuk dan mengizinkan impor kedelai dilakukan oleh banyak pihak. Menurut kami, reaksi ini merupakan solusi instan. Kemampuan untuk berswasembada kedelai perlu segera digalakkan. Sambil menunggu hal tersebut, mewajibkan importir untuk membantu petani kedelai, baik dalam bentuk pola kemitraan atau kolaborasi, perlu untuk dikaji. (2) Sebagai sebuah penelitian awal, penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan. Selain itu, pengkajian terhadap kewajiban importir untuk menyerap seluruh produksi kedelai dari petani, sebelum mereka diijinkan melakukan impor, perlu dilakukan. Dengan kata lain impor kedelai baru dapat diijinkan bila importir telah menunjukkan bukti pembelian kedelai dari petani. Selain itu, bentuk insentif seperti apa yang perlu diberikan kepada petani kedelai agar mereka dapat terus menanam kedelai merupakan penelitian yang juga menarik untuk dikaji di masa depan.

Daftar Pustaka

- Adiputra, W.M. (2008). Metode Penelitian Analisis Isi: Beberapa Aspek dan Prosedurnya, *Bahan Pelatihan Monitoring & Evaluasi Pemberitaan Surat Kabar Indonesia*, Kerjasama PKMBP dan Dewan Pers. Yogyakarta: 21 - 24 Maret 2005, Tidak diterbitkan.
- Aprilia, E.U. (2012). *Empat Naga Penguasa Kedelai*, Kolom Ekonomi, Minggu Berita Tempo, Edisi 6-12 Agustus, PT Tempo Inti Media Tbk: 108.

- Baron, R.A., and Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial*, 10th ed. Alih Bahasa oleh: Djuwita, R., Parman, M.M., Yasmina, D., dan Lunanta, L.P. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Baron, R.S., and Kerr, N.L. (2003). *Group Process, Group Decision, Group Action*, 2nd ed. Philadelphia: Open University Press.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, New York: Hafner Press.
- Black, J.A., and D.J. Champion (1976). *Methods and Issues in Social Research*, Baltimore: John Wiley and Sons Inc.
- Bond, D., Jenkins, J.C., Taylor, C., and Schock, K. (1997). Mapping Mass Political Conflict and Civil Society. *Journal of Conflic Resolution* 4: 553-579.
- Coleman, J.S. (2010). *Foundations of Social Theory*. Alih Bahasa oleh: Muttaqien, I., Widowatie, D.S., dan Purwandari, S. Bandung: Nusa Media.
- Dawes, R.M. (1980). Social Dilemmas, *Annual Review of Psychology* 31: 169-193.
- Earl, J., Soule, S.A., and McCarthy, J.D. (2003). Protest Under Fire? Explaining Protest Policing. *American Sociology Review* 69: 581-606.
- Earl, J., Martin, A., McCarthy, J.D., and Soule, S.A. (2004). The Use of Newspaper Data in the Study of Collective Action, *Annual Review of Sociology*, 30: 65-80.
- Gafar, S. (2012a). *Revitalisasi Bulog*, Kolom Opini, Harian *Kompas*, Edisi Kamis 23 Agustus, PT Gramedia: 6.
- (2012b). *Kebijakan Impor Pro-petani*, Kolom Opini, Harian *Kompas*, Edisi Kamis 12 September, PT Gramedia: 6.
- Gamson, W.A., and Wolfsfeld, G. (1993). Movements and Media as Interacting Systems, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528: 114-125.
- Hasrullah (2001). *Megawati dalam Tangkapan Pers*, Yogyakarta: LKiS.
- Hoffman, S., and Muller, S. (2009). Consumer Boycotts Due To Factory Relocation, *Journal of Business Research*, 62, 239-247.
- Holsti, O.R. (1963). The Quantitative Analysis of Content, in *Content Analysis: A Handbook With Application for the Study of International Crisis*, Robinson, J.A. (Eds.), Northwestern: Northwestern University Press, 37-53.
- Jenkin, C.J., and Bond, D. (2001). Conflict Carrying Capacity, Political Crisis, and Reconstruction. *Journal of Conflic Resolution* 45: 3-31.
- Kassarjian, H.H. (1977). Content Analysis in Consumer Research, *Journal of Consumer Research*, 4 (June): 8-18.
- Kerlinger, F.N. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral*, Translated by Simatupang, L.R., Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Klandermans, B. (1997). *The Social Psychology of Protest*. New York: Blackwell Publisher.
- Komorita, S.S., and Parks, C.D. (1995). Interpersonal Relations: Mixed-motive Interaction, *Annual Review of Psychology* 46: 183-207.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 2nd ed. Beverly Hill CA: Sage.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?* Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, S.W. and Foss, K.A. (2009). *Teori Komunikasi*, 9th ed. Alih Bahasa oleh: Hamdan, M.Y. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Lofland, J. (2003). *Protes: Studi tentang Perilaku Kelompok dan Gerakan Sosial*. Alih Bahasa oleh: Ashari. L. Yogyakarta: INSIST Press.
- Manalu, D. (2009). *Gerakan Sosial dan Perubahan Kebijakan Publik: Studi Kasus Gerakan Perlawanan Masyarakat Batak vs PT Inti Indorayon Utama di Sumatera Utara*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Maryoto, A. (2012). *Pangan: Kedelai di Pasar Bebas*, Kolom Ekonomi, *Harian Kompas*, Edisi Rabu 25 Juli, PT Gramedia: 17.
- McAdam, D., and Su, Y. (2002). The War at Home: Anti-War Protests and Congressional Voting, 1965-73. *American Sociology Review* 67: 696-721.
- McClintock, C.G., and Liebrand, W.B.G. (1988). Role of Interdependence Structure, Individual Value Orientation, and Another's Strategy in Social Decision Making: A Transformational Analysis, *Journal of Personality and Social Psychology* 55: 396-409.
- McCombs, M.E., and Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media, *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2): 176- 187.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory: An Introduction*, New Delhi: Sage.
- Myers, D.G. (2008). *Social Psychology*, 9th ed. New York: McGraw Hill.
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Methods 4th edition*, Boston: Allyn and Bacon.
- Reuters/ AP/DI. (2012). *Harga Pangan Melonjak: Kekeringan di AS Bisa Berlangsung sampai Oktober*, Kolom Internasional, *Harian Kompas*, Edisi Sabtu 21 Juli, PT Gramedia: 8.
- Severin, W.J., and Tankard, Jr., J.W. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, London: Addison Wesley Longman, Inc.
- Smelser, N.J. (1962), *Theory of Collective Behavior*. New York: The Free Press.

Stokes, J. (2006). *How to Do Media and Cultural Analysis*, Translated by Astuti, S.I., Yogyakarta: Bentang.

Sumser, J. (2001). *Empirical Research in Communication*, California: Sage Publication, Inc.

Sunarto, K. (2004), *Pengantar Sosiologi, edisi revisi*. Jakarta : Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

UTI/WHO/SON. (2012). *Kedelai Lokal Tak Kalah Bersaing dengan Impor*, Kolom Nusantara, *Harian Kompas*, Edisi Rabu 10 Oktober, PT Gramedia: 24.

Velasquez, M.G. (2006). *Business Ethics: Concepts and Case*, 6th ed. Singapore: Pearson International Edition.

Vivian, J. (2008). *The Media of Mass Communication 8th edition*, New York: Pearson Education.

Wright, C.R. 1985. *Mass Communication: A Sociological Perspective*. Translated by Trimio, L. and J. Rakhmat. Bandung: CV Remadja Karya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini kami dedikasikan pada Professor Basu Swastha Dh., B.M. Purwanto, dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada., dan Moira Moeliono dari *Center for International Forestry Research*. Ucapan terima kasih kami sampaikan pada Anna Susilaningtyas dari Pusat Kajian Media dan Budaya Populer., Aneka Prawestisuka dari *Institute of Social Studies*., Lukas Rumboko Wibowo dari *Charles Sturt University*. Tak lupa juga, ucapan terima kasih kami sampaikan pada *anonymous reviewers call for paper* pada *Conference in Business, Accounting and Management (CBAM 2012)* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung atas komentar dan sarannya.

Karakteristik Preferensi Risiko Investor Berdasarkan Jenis Pekerjaan Dan Efikasi Diri

(Studi Empiris pada Sentra Inventasi Danareksa Salatiga)

Kristina

Maria Rio Rita

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana

kristina.mayling@gmail.com

maria.riorita@staff.uksw.edu

Abstract

There was many studies related to the personality types, that is associated with the risk preferences of investors. However, studies that connect the preferences characteristic being reviewed of self efficacy and job type investor is still limited. This study aimed to investigate the characteristics of investor risk tolerance based on the occupation and self efficacy. Data collected from 50 respondents who are customers of Outlet Centers of Danareksa Investment Salatiga. The data was collected by distributing questionnaires to investors of Outlet Centers of Danareksa Investment Salatiga. The analyticals technique that used is descriptive quantitative. The results of this study indicate that investors in Outlet Centers of Danareksa Investment Salatiga majority work as entrepreneurs and other professionals (student, college students, and housewives) with high self efficacy. An entrepreneurs, or an employee, a civil servants or other professions have low risk preferences. Majority of investor with high and middle self efficacy have low risk preference.

Keywords: Risk Preference, Occupation, Self Efficacy

PENDAHULUAN

Maraknya perkembangan pasar modal di Indonesia tidak terlepas dari peran serta pemodal (investor) yang melakukan transaksi di pasar modal. Definisi investasi menurut Halim (2005:4) adalah sebagai penanaman sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Investasi juga dapat dikatakan sebagai penundaan konsumsi saat ini untuk konsumsi di masa yang akan datang. Harapan keuntungan di masa yang akan datang ini merupakan kompensasi atas waktu dan risiko yang terkait dengan suatu investasi yang

dilakukan. Investasi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan. Seberapa besar investor bersedia menanggung risiko tertentu saat mereka melakukan investasi, berbeda antara investor yang satu dengan yang lain. Sembel dalam Putra (2011) mengklasifikasikan tipe investor menurut preferensi risiko menjadi tiga kelompok, yaitu tipe investor yang berani mengambil risiko yang disebut *risk taker* atau *risk lover* atau *risk seeker*, tipe investor yang takut atau enggan menanggung risiko yang disebut *risk averter* dan tipe investor yang hanya berani menanggung risiko yang sebanding

dengan *return* yang akan diperolehnya atau disebut *moderate investor* atau *indifference investor*.

Tim Research DWAC (<http://dcoins.co.id>) memperoleh hasil penelitian investor yang sukses memiliki kepercayaan diri dan stamina yang kuat untuk setiap hari bergelut dengan gejolak pasar. Naik turunnya harga saham merupakan pergulatan setiap hari, dan membutuhkan kekuatan psikis yang kuat untuk bisa bertahan. Jika investor tidak tahan, maka investor akan kehilangan kepercayaannya terhadap investasi (baik investasi jangka pendek maupun jangka panjang). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Malinda (2005) yang menyimpulkan bahwa pedoman dasar bagi investor pemula adalah cakap, memiliki modal cukup, keberanian, dan percaya diri. Penelitian ini ingin melihat karakteristik preferensi risiko yang dimiliki oleh investor berdasarkan efikasi diri investor itu sendiri, dimana efikasi diri merupakan salah satu mekanisme dalam merefleksikan diri manusia (Bandura dalam Feist & Feist, 2010:211).

Efikasi diri adalah penilaian seseorang terhadap dirinya mengenai seberapa besar kemampuannya dalam mencapai suatu hasil dan tingkah laku tertentu terhadap suatu tugas pada situasi tertentu (Bandura, 1997). Teori efikasi diri diduga mempengaruhi keberanian seseorang dalam menghadapi risiko sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Individu dengan keyakinan diri rendah akan menarik diri dari proyek yang gagal karena individu tersebut tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya dan mudah berkecil hati menghadapi kenyataan (Evelin, 2010).

Zarutskie (2008) menemukan bahwa manajer investasi yang sebelumnya berprofesi sebagai manajer bisnis atau sebagai *venture capitalist* memiliki performa yang lebih baik daripada manajer investasi yang hanya memiliki latar belakang pendidikan MBA. Dalam penelitian ini peneliti juga akan mengungkapkan (mengeksplorasi) karakteristik preferensi risiko investor dilihat dari sisi jenis pekerjaan yang sedang digeluti oleh investor.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena beberapa hasil studi sebelumnya yang meneliti tentang preferensi risiko sebagian besar menghubungkannya dengan tipe kepribadian investor. Beberapa diantaranya adalah Agustina (2009) dengan hasil penelitian sebagian besar dari pegawai BUMN Salatiga memiliki ciri kepribadian piawai dengan preferensi risiko sedang. Putra (2011) menyatakan bahwa mayoritas pedagang etnis Jawa dan Tionghoa di Salatiga memiliki ciri kepribadian luwes dan berpreferensi risiko rendah. Se jauh pengamatan peneliti studi yang membahas mengenai karakteristik preferensi risiko berdasarkan jenis pekerjaan dan efikasi diri investor masih terbatas jumlahnya, sehingga peneliti akan mencoba mengungkapkan (eksplorasi) yang berkaitan dengan perilaku investor tersebut.

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dapat dirumuskan persoalan penelitian sebagai berikut:

1. Karakteristik preferensi risiko seperti apa yang dimiliki oleh investor di Outlet SID Salatiga berdasarkan jenis pekerjaan?
2. Karakteristik preferensi risiko seperti

apa yang dimiliki oleh investor di Outlet SID Salatiga berdasarkan efikasi diri? Dengan demikian, penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dalam bidang akademis, sebagai referensi dalam bidang manajemen keuangan berbasis perilaku (*behavioural finance*) terutama yang berkaitan dengan karakteristik preferensi risiko investor.
2. Memberi masukan terhadap Manajer Investasi dalam menganalisis karakter investor berdasarkan jenis pekerjaan dan efikasi diri investor.
3. Untuk investor agar dapat memilih instrumen investasi yang sesuai dengan karakteristik dirinya sendiri.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Preferensi Risiko

Setiap investor pasti ingin memperoleh keuntungan dalam berinvestasi pada suatu barang tertentu. Namun, dalam berinvestasi dalam bentuk apapun, pasti ada risiko yang terkandung di dalamnya. Risiko yang ditanggung oleh investor dapat berupa *capital loss* atau justru mendapatkan keuntungan. Besarnya tingkat risiko yang bersedia ditanggung oleh investor satu dan lainnya tidaklah sama, walaupun kepribadian investor tersebut sama (Sembel dan Sembel dalam Putra, 2011).

Vaughan dalam Darmawi (2006:18) mengemukakan beberapa definisi mengenai risiko sebagai berikut:

- *Risk is the chance of loss* (Risiko adalah kans kerugian)
Chance of loss biasanya digunakan untuk menunjukkan suatu keadaan

dimana terdapat kemungkinan untuk terjadi rugi.

- *Risk is uncertainty* (Risiko adalah ketidakpastian)

Pendapat ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Griffin dan Ebert dalam Fahmi (2006:103) yaitu risiko adalah *uncertainty about future events*. Ketidakpastian muncul dari ilusi seseorang akibat terbatasnya pengetahuan orang tersebut di bidangnya. Dengan adanya ketidakpastian berarti bahwa penerimaan yang diperoleh seorang investor di masa mendatang belum diketahui nilainya (Hartono, 1998:100).

Hartono (2009:7) mengungkapkan dalam berinvestasi, investor bisa memilih menginvestasikan dananya pada berbagai aset, baik aset yang berisiko maupun aset yang bebas risiko, ataupun kombinasi dari keduaasettersebut. Asetberisikoadalahaset-aset yang tingkat *return* aktualnya di masa depan masih mengandung ketidakpastian. Salah satu contoh aset berisiko adalah saham. Misalnya kita hari ini membeli saham perusahaan tertentu, kita tidak tahu pasti berapa *return* aktual yang akan diperoleh di masa yang akan datang baik yang berupa dividen maupun keuntungan dari selisih harga saham tersebut. Demikian halnya apabila kita membeli obligasi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, kita tidak dapat memastikan bahwa pada saat jatuh tempo, obligasi tersebut akan dapat terbayarkan atau tidak oleh perusahaan yang mengeluarkan obligasi. Aset bebas risiko merupakan aset yang tingkat *return*-nya di masa depan sudah bisa dipastikan pada saat ini. Contoh aset bebas risiko adalah obligasi yang diterbitkan pemerintah

(ORI), atau Sertifikat Bank Indonesia (SBI) yang diterbitkan oleh Bank Indonesia. Pilihan investor atas aset-aset tersebut akan tergantung dari sejauh mana preferensi investor terhadap risiko.

Hsee dan Weber (1998) mengungkapkan bahwa preferensi risiko didefinisikan sebagai kecenderungan seorang individu untuk memilih opsi berisiko. Dapat diartikan juga bahwa preferensi risiko adalah sikap pembuat keputusan atau investor untuk sebuah risiko. Dilihat dari kesediaannya menanggung risiko investasi, investor dapat dikategorikan menjadi 3 kelompok atau tipe (Sembel dalam Agustina, 2009; Fred, Weston, Copeland dalam Cahyadi, 2010) yaitu:

- a. Tipe investor yang berani mengambil risiko yang disebut *risk taker* atau *risk lover* atau *risk seeker*. Investor tipe ini adalah investor yang berani menanggung risiko. Widodoatmojo dalam Putra (2011) mengungkapkan bahwa investor berpreferensi risiko tinggi sangat menikmati risiko. Sebagai contoh investor saham akan lebih senang apabila ditawarkan saham yang memiliki gejolak harga yang tinggi atau beta saham yang tinggi. Mereka berani melakukan investasi yang mengandung risiko tinggi seperti instrumen derivatif, dan deposito valas. Beberapa investor dengan tipe *risk taker* biasanya sering menghadapi risiko yang tinggi di lingkungan kerjanya, misalnya mantan pedagang yang pernah jatuh bangun, mantan penjudi, mantan pengusaha *entertainment* dan mantan koruptor (Widoatmojo dalam Putra, 2011).
- b. Tipe investor yang takut atau enggan

menanggung risiko yang disebut *risk averter* atau *risk aversion*. Investor yang masuk dalam kategori preferensi risiko rendah memiliki kecenderungan menggunakan pendekatan investasi yang konservatif atau mengutamakan keamanan (Sembel dan Sembel dalam Putra, 2011). Sedangkan menurut Harefa, dkk dalam Putra (2011) sebagian besar individu adalah investor yang konservatif, mereka cenderung tidak mau mengambil risiko tambahan yang mereka anggap tidak terlalu diperlukan. Tipe *risk averter* akan merasa senang ditawarkan saham yang memiliki beta yang rendah karena risikonya juga rendah. Investor yang termasuk tipe *risk averse*, contohnya pegawai berpendapatan tetap dan pedagang yang berpenghasilan cukup untuk menutupi kebutuhannya. Mereka cenderung memilih investasi dengan tingkat risiko yang rendah seperti tabungan deposito, *unit link*, dan obligasi pemerintah.

- c. Tipe investor yang hanya berani menanggung risiko yang sebanding dengan *return* yang akan diperolehnya atau disebut *risk moderate*, *moderate investor* atau *indifference investor*. Investor tipe moderate akan mempertimbangkan secara hati-hati jenis instrumen yang akan dimilikinya dan membatasi jumlah dana yang akan diinvestasikannya ke dalam instrumen berisiko hingga porsi tertentu (Kusumastuti dalam Putra, 2011).

Jenis Pekerjaan

Menurut Slovic (1972) seseorang yang telah mendapatkan pelatihan dan terbiasa dalam situasi menghadapi risiko akan cenderung berperilaku memilih pilihan

yang berisiko dibandingkan dengan orang lain. Pendapat Slovic tersebut sejalan dengan Alderfer dan Bierman (1970), dimana dalam penelitian mereka terdapat perbedaan dalam pembuatan keputusan antara pelajar/mahasiswa dan manajer serta diantara anggota kelompok manajer. Perbedaan terlihat pada asumsi yang diambil oleh subjek terhadap situasi dalam simulasi pilihan risiko personal dan tingkat penerimaan risiko pribadi. Peneliti lain juga mengungkapkan bahwa tingkat tanggung jawab atas keputusan dapat mempengaruhi keputusan yang diambil apakah berisiko atau cenderung berhati-hati (Staw; Fox; Bazerman et al. dalam Biyanto, 2003).

Selfemployed investor lebih cenderung suka mengambil risiko yang lebih tinggi karena karakteristik yang melekat pada dirinya, seperti kepercayaan diri, motivasi tinggi dan ketekunan. Sehingga individu yang bekerja mandiri biasanya akan memilih investasi yang lebih berisiko dan menerima *volatilitas* investasi yang meningkat jika dibandingkan dengan *salaried investor* (Sultana dan Pardhasaradhi, 2011). Para peneliti telah menyimpulkan bahwa status pekerjaan (seperti eksekutif bisnis) memegang peranan penting sebagai salah satu faktor yang ikut mempengaruhi besarnya toleransi risiko yang sanggup diterima investor (Sultana dan Pardhasaradhi, 2011). Individu yang berhati-hati terhadap risiko biasanya memilih pekerjaan dengan risiko politik dan ekonomi yang kecil.

Jenis pekerjaan mempengaruhi investor dalam menentukan jenis investasi yang dipilih (Cahyadi, 2010). Misalnya investor yang bekerja pada perusahaan yang dipercaya dapat menjamin masa depannya, akan cenderung memilih jenis investasi

dengan risiko yang tidak terlalu tinggi seperti investasi di sektor riil. Sedangkan investor yang bekerja di perusahaan yang dinilai belum cukup memberikan jaminan masa depan, lebih memilih investasi dengan *return* tinggi seperti saham. Barnewall dalam Cahyadi (2010) mengemukakan bahwa kelompok pekerjaan tertentu seperti eksekutif perusahaan, pengacara, dokter lebih menghindari risiko dalam berinvestasi. Dari karakteristik keputusan investasi ini dapat diketahui tipe preferensi risiko yang dipilih oleh seorang investor.

Efikasi Diri

Efikasi diri (*self efficacy*) adalah keyakinan seseorang mengenai peluangnya untuk berhasil mencapai tugas tertentu (Kreitner dan Kinicki dalam Engko, 2006). Menurut Philip dan Gully dalam Engko (2006), *self efficacy* dapat dikatakan sebagai faktor personal yang membedakan setiap individu dan perubahan *self efficacy* dapat menyebabkan terjadinya perubahan perilaku terutama dalam penyelesaian tugas dan tujuan. Penelitian Philip dan Gully dalam Engko (2006) menemukan bahwa *self efficacy* berhubungan positif dengan penetapan tingkat tujuan. Individu yang memiliki *self efficacy* tinggi akan mampu menyelesaikan pekerjaan atau mencapai tujuan tertentu, mereka juga akan berusaha menetapkan tujuan lain yang tinggi. Efikasi diri lebih mengarah ke penilaian individu terhadap kemampuannya.

Keyakinan diri merupakan suatu bentuk kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap kapabilitas masing-masing untuk meningkatkan prestasi kehidupannya (Eveline, 2010). Keyakinan ini dapat berupa perasaan seseorang, cara ia berpikir,

motivasi diri dan besarnya keinginan terhadap sesuatu.

Penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Bobko dalam Engko (2006:4) menyatakan bahwa individual yang memiliki efikasi diri tinggi pada situasi tertentu akan mencurahkan semua usaha dan perhatiannya sesuai dengan tuntutan situasi tersebut dalam mencapai tujuan dan kinerja yang telah ditentukannya. Kegagalan dalam mencapai suatu target tujuan akan membuat individu tersebut berusaha lebih giat lagi dan tetap bertahan sampai keberhasilan diraihinya. Mereka mengatasi rintangan yang membuat gagal dan kemudian akan menetapkan target lain yang lebih tinggi lagi. Sehingga dengan efikasi diri yang tinggi, seseorang akan lebih ulet dan memiliki daya tahan yang lebih kuat dalam mengerjakan tugas dibandingkan dengan orang yang mempunyai efikasi diri rendah. Hal ini sejalan dengan apa yang telah diungkapkan oleh Philip dan Gully dalam Engko (2006) dan Evelin (2010).

Individu yang mempunyai *self efficacy* rendah ketika menghadapi situasi yang sulit dan tingkat kompleksitas tugas yang tinggi akan cenderung malas berusaha atau lebih menyukai kerja sama. Individu yang mempunyai *self efficacy* rendah menetapkan target yang lebih rendah pula serta keyakinan terhadap keberhasilan akan pencapaian target yang juga rendah sehingga usaha yang dilakukan lemah (Bandura dalam Engko, 2006).

Bandura dalam Engko (2006) mendefinisikan *self efficacy* sebagai *judgment* individu atas kemampuan mereka untuk mengorganisasi dan melakukan

serangkaian tindakan yang diperlukan untuk mencapai tingkat kinerja yang ditentukan.

Self efficacy menurut Bandura dalam Feist dan Feist (2010:213) dapat ditumbuhkan dan dipelajari melalui 4 sumber yaitu kinerja atau pengalaman masa lalu, model perilaku (mengamati orang lain yang melakukan tindakan yang sama), persuasi dari orang lain serta keadaan faktor fisik dan emosional. Pencapaian prestasi merupakan sumber pengharapan efikasi yang terbesar karena didasarkan pada pengalaman-pengalaman pribadi individu berupa keberhasilan atau kegagalan.

Caprara, et al. dalam Sawitri (2008) mengemukakan bahwa efikasi diri tidak datang dengan sendirinya, tetapi merupakan hasil dari berbagai pengetahuan dan tanggung jawab, hubungan yang beragam, tugas-tugas yang bermanfaat, dan interaksi dengan orang lain.

Kepribadian seseorang akan mempengaruhi perilaku pembeliannya (Kotler, 1987:262). Kepribadian yang dimaksud meliputi kepercayaan diri, otonomi, keramahan, kesanggupan menyesuaikan diri, dan lainnya. Tim Research DWAC (<http://dcoins.co.id>) memperoleh hasil penelitian investor yang sukses memiliki kepercayaan diri dan stamina yang kuat untuk setiap hari bergelut dengan gejolak pasar. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Malinda (2005) bahwa dengan memiliki efikasi diri yang tinggi, investor akan lebih yakin terhadap keputusan investasinya, sehingga apabila dihubungkan dengan tingkat kesanggupan investor dalam menanggung risiko, ia akan cenderung *risk taker*. Kurniati, dkk dalam

Triono (2010) juga mendapatkan hasil dari penelitian yang mereka lakukan mengenai faktor psikologi yang mempengaruhi perilaku investor bahwa faktor kepercayaan diri dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang (investor) terhadap risiko.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah para investor aktif di Sentra Investasi Danareksa. Metode pemilihan sampel adalah *purposive sampling*, sehingga pada akhirnya terpilih 50 investor di Outlet Sentra Investasi Danareksa cabang Salatiga yang terletak di Plasa UKSW.

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya, yaitu:

- Preferensi risiko investor diukur dengan menggunakan daftar pertanyaan dari Sembel (2007) yang terdiri dari 9 butir pertanyaan dengan ketentuan skor total:

- ☐ Skor berada di bawah 20, digolongkan ke dalam preferensi risiko rendah.
- ☐ Skor di antara 20 sampai 32 digolongkan ke dalam preferensi risiko sedang.
- ☐ Skor di atas 32, digolongkan ke dalam preferensi risiko tinggi.

Dalam menentukan batas skor dalam pengkategorian di atas, digunakan rumus interval skoring sebagai berikut:

$$\text{interval} = \frac{\text{jumlah skor tertinggi} - \text{jumlah skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$\text{interval} = \frac{45 - 9}{3} = 12$$

- Jenis pekerjaan digolongkan

menjadi lima (5) tipe pekerjaan, yaitu wirausahawan, karyawan swasta, pegawai negeri sipil, profesional dan lainnya (mahasiswa, pelajar, dan ibu rumah tangga).

- Efikasi diri diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan mengadaptasi instrumen dari Padan (2009).

Teknik Analisis

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sebelumnya telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur kekonsistenan jawaban responden, dilakukan uji reliabilitas. Instrumen dikatakan reliabel apabila hasilnya tetap konsisten, baik dengan responden yang sama maupun berbeda.

Di dalam penelitian ini, item-item pertanyaan yang tertera di dalam kuesioner akan diuji berdasarkan *Corrected Item – Total Corellation* untuk membantu uji validitas. Apabila nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid. Nilai r-hitung didapat dari nilai *Corrected Item – Total Corellation* yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS versi 17.

Untuk menguji reliabilitas data, digunakan *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha*nya lebih besar dari 0,600, maka data tersebut dinyatakan reliabel demikian sebaliknya. *Pre test* ini dilakukan terhadap 20 responden dengan tujuan dilakukan *pretest* adalah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman responden terhadap

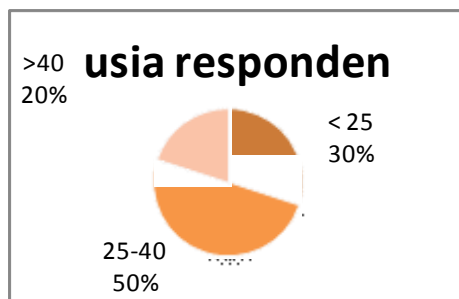
pertanyaan-pertanyaan yang tertera di dalam kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Subyek Penelitian

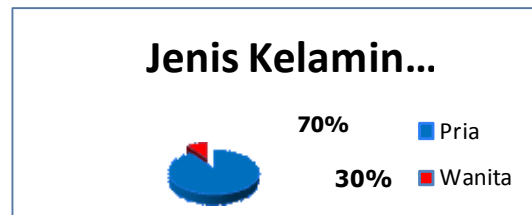
Outlet SID UKSW Salatiga merupakan salah satu dari 35 jumlah SID yang didirikan oleh PT. Danareksa. Tujuan didirikannya Sentra Investasi Danareksa (SID) yaitu sebagai jalur distribusi PT. Danareksa dalam memasarkan berbagai macam produk serta melayani transaksi masyarakat dalam bidang pasar modal.

Pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui email terhadap nasabah di SID cabang Salatiga. Jenis investasi yang dipilih oleh para nasabah ini beragam. Mulai dari investasi yang mengandung risiko tinggi, seperti saham, sampai investasi yang berisiko rendah, seperti obligasi. Dari 60 kuesioner yang disebarkan, terkumpul 50 responden (83.3%) yang bersedia membalas email peneliti pada waktu yang telah ditentukan. Dari keseluruhan sampel diketahui bahwa sebanyak 15 orang (30%) berusia di bawah 25 tahun, dan responden yang berusia antara 25 – 40 tahun mendominasi sebanyak 25 orang (50%), sedangkan sisanya 10 orang (20%) merupakan responden berusia lebih dari 40 tahun (lih. Gambar 1).



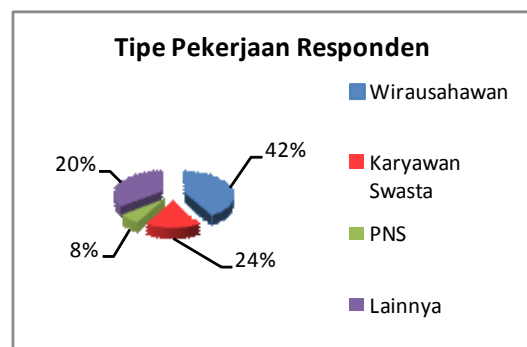
Gambar 1. Usia Responden

Berdasarkan gambar 2 berikut terlihat bahwa responden berjenis kelamin pria yakni 35 orang (70%) dan wanita sebanyak 15 orang (30 %). Dominasi pria mengindikasikan bahwa pria lebih banyak melakukan *trading* dibandingkan dengan wanita, seperti yang diungkap Barber dan Odean (2001).



Gambar 2. Jenis Kelamin Responden

Jumlah investor berdasarkan jenis pekerjaannya ditunjukkan pada gambar 3 berikut ini:

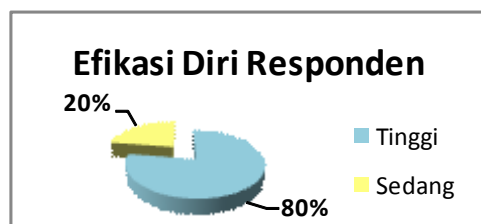


Gambar 3. Jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan gambar 3 di atas, pekerjaan investor didominasi dari jenis pekerjaan wirausahawan yaitu sebanyak 21 orang (42 %). Sedangkan investor yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta ada 12 orang (24%), PNS sejumlah 6 orang (12%) dan sisanya yakni sebesar 20 % merupakan investor dengan jenis pekerjaan lainnya yang meliputi mahasiswa, pelajar dan ibu rumah tangga ada 10 orang. Di mana jenis pekerjaan lainnya ini didominasi oleh

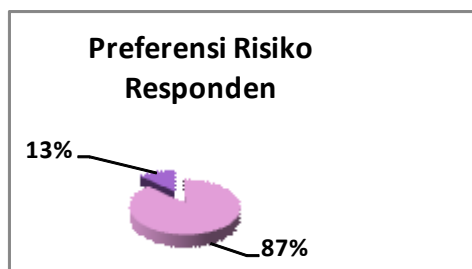
mahasiswa.

Gambar 4 berikut memaparkan jumlah investor yang tergolong memiliki efikasi diri tinggi sebanyak 40 orang (80%) dan yang memiliki efikasi diri sedang berjumlah 10 orang (20%). Berdasarkan data yang diperoleh tidak terdapat investor yang tergolong memiliki efikasi diri rendah.



Gambar 4. Efikasi Diri Responden

Selanjutnya dengan melihat gambar 5 diketahui bahwa mayoritas investor di SID Cabang Salatiga tergolong memiliki preferensi risiko rendah (87%), dan sisanya (13%) termasuk kategori preferensi risiko sedang.



Gambar 5. Preferensi Risiko Responden
Preferensi Risiko Investor Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berikut ini akan dipaparkan penggolongan tipe preferensi investor jika dilihat berdasarkan jenis pekerjaannya.

Tabel 1. Tipe Preferensi Risiko Investor Berdasarkan Jenis Pekerjaan

		Tipe Pekerjaan				Total
		Wira Usaha	Kary Swasta	PNS	Lain nya	
P r e f . Risk	Rendah	18	9	7	6	40
	Sedang	3	3	0	4	10
Total		21	12	7	10	50

Tabel diatas memaparkan secara detail jumlah sampel yang memiliki preferensi risiko tertentu berdasarkan tipe pekerjaan. Dari 50 responden, yang memiliki preferensi risiko sedang berjumlah 10 orang (20%) dan yang berpreferensi risiko rendah sebanyak 40 orang (80%). Mayoritas responden dengan preferensi risiko rendah memiliki pekerjaan sebagai wirausahawan dengan 18 orang responden, karyawan swasta 9 orang, PNS sebanyak 7 orang dan tipe pekerjaan lainnya dengan 6 responden.

Sultana dan Pardhasaradhi (2011) memaparkan individu yang bekerja secara mandiri biasanya akan memilih investasi yang lebih berisiko dan menerima *volatilitas* investasi yang meningkat jika dibandingkan dengan *salaried investor*. Temuan tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian ini, terbukti bahwa dari berbagai jenis pekerjaan investor tersebut mayoritas memiliki tingkat preferensi risiko atau toleransi terhadap risiko yang rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa para investor bersikap rasional dalam melakukan investasinya. Mereka tidak menghendaki risiko yang terlalu tinggi, sebagai konsekuensinya maka tingkat *return* yang mereka harapkan juga sebanding dengan tingkat risiko yang bersedia ditanggungnya.

Slovic dalam Biyanto (2003) berpendapat bahwa seseorang yang telah terbiasa dalam situasi yang melibatkan risiko didalamnya akan cenderung memilih pilihan investasi yang tidak terlalu berisiko. Pendapat Slovic tersebut sejalan Biyanto (2003), di dalam dunia bisnis juga penuh dengan risiko, seperti harga naik turun, barang tidak terjual, munculnya pesaing. Semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Dengan demikian, keberanian menanggung risiko yang dilakukan wirausahawan penuh perhitungan dan realistis.

Preferensi Risiko Investor berdasarkan ingkat Efikasi Dirinya

Hasil pengelompokan tipe preferensi risiko investor di SID Cabang Salatiga berdasarkan efikasi dirinya ditampilkan di tabel 2.

Tabel 2. Tipe Preferensi Risiko Berdasarkan Efikasi Diri

		Efikasi Diri		Total
		Tinggi	Sedang	
P r e f . Risk	Sedang	10	4	14
	Rendah	30	6	36
Total		40	10	50

Sumber: data diolah (2012)

Dari tabel 2 diperoleh mayoritas responden (30 orang) dengan efikasi diri tinggi cenderung memiliki preferensi risiko rendah (60%) atau tergolong *risk averse*, sedangkan tidak ditemui adanya investor yang tergolong memiliki efikasi diri tinggi masuk dalam kategori *risk taker*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Malinda (2005) dimana seseorang dengan efikasi diri tinggi akan cenderung ke *risk taker*. Dalam penelitian ini responden dengan efikasi diri tinggi berpreferensi risiko sedang bahkan cenderung menjauhi risiko. Hal ini mengindikasikan bahwa investor yang memiliki keyakinan diri

atas kemampuan dirinya dalam mengelola investasinya ternyata tidak terlalu menyukai risiko, sehingga mereka lebih memilih bermain aman saat berinvestasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini memaparkan karakteristik preferensi risiko berdasarkan tipe pekerjaan dan efikasi diri investor. Berikut adalah beberapa kesimpulan hasil penelitian:

- Sebanyak 80% responden dikategorikan memiliki preferensi risiko rendah. Responden dengan preferensi risiko rendah sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai wirausahawan, karyawan swasta dan PNS.
- Mayoritas responden dengan tingkat efikasi diri tinggi cenderung memiliki preferensi risiko rendah atau tergolong *risk averse*, sedangkan tidak ditemui adanya investor yang tergolong memiliki efikasi diri tinggi masuk dalam kategori *risk taker*. Efikasi diri merupakan keyakinan seseorang akan kesanggupannya menyelesaikan tugas tertentu. Dalam dunia investasi ternyata seseorang dengan efikasi diri tinggi belum tentu akan berperilaku berani mengambil risiko. Hal ini tampak dalam hasil penelitian ini dimana investor dengan tingkat efikasi diri tinggi dan sedang cenderung berperilaku sebagai *risk averse*.

Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis menyarankan kepada para manajer investasi Outlet Sentra Investasi Danareksa Salatiga sebaiknya ikut mempertimbangkan karakteristik preferensi risiko berdasarkan jenis pekerjaan dan

efikasi diri dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Dengan mengetahui karakteristik tersebut, manajer investasi dapat menawarkan produk investasi yang sesuai bagi investor mereka. Di samping itu, pengetahuan mengenai karakteristik preferensi risiko ini bermanfaat bagi investor. Melalui karakteristik preferensi risiko, investor dapat menentukan jenis investasi yang tepat bagi dirinya. Sehingga dapat mengurangi risiko kerugian investasi.

Implikasi Teori

Hasil penelitian ini menambah wacana mengenai karakteristik investor seperti jenis pekerjaan dan efikasi dirinya terhadap toleransi risiko dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi media pengayaan bagi penelitian perilaku dalam bidang manajemen keuangan dan investasi yang selama ini masih terbatas jumlahnya.

Keterbatasan dan Saran Penelitian Mendatang

Adapun keterbatasan penelitian ini yakni:

1. Penelitian ini hanya mengambil responden dari kota Salatiga saja, sehingga kurang menggambarkan karakteristik investor di SID secara luas. Sehingga penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah obyek penelitian dan faktor demografis lainnya yang dapat mempengaruhi preferensi risiko investor.
2. Peneliti tidak dapat menggali jawaban dari responden dengan lebih rinci, hal ini disebabkan metode pengambilan datanya melalui *email* saja. Apabila memungkinkan maka pada penelitian mendatang investor dapat dihubungi via telepon agar wawancara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

Agustina, Amita, 2009, **Profil Kepribadian dan Preferensi Risiko Investor dalam Investasi Aset Finansial (Studi pada Pegawai Badan Usaha Milik Negara di Salatiga)**, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).

Alderfer, Clayton P. dan Harold Bierman Jr., 1970, Choices with Risk: Beyond the Mean and Variance, **Business of Journal**, Vol. 43, Juli, pp. 341-353.

Bandura, Albert, 1997, **Self-Efficacy: Exercise of Control**, New York: W. H. Freeman and Company.

Barber, M. dan Odean Terrance, 2001, Boys Will Be Boys : Gender, Overconfidence, And Common Stock Investment, **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. 116, Juni, pp. 261-292.

Beveridge, Don Jr. dan Jeffrey P. Davidson, 1989, **Tantangan Berprestasi: Menjadi Nomor Satu dalam Bisnis**, Jakarta: Binarupa Aksara.

Biyanto, Frasto, 2003, Hubungan Pembimbingan Informasi Anggaran, Tanggung Jawab, dan Pengalaman Terhadap Pilihan Keputusan pada Investasi Berisiko, **Jurnal Akuntansi dan Manajemen STIE YKPN**, April.

Cahyadi, Sonny Mey, 2010, **Pengaruh Faktor Demografi terhadap Perilaku Investor dan Jenis Investasi**, Skripsi Program S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

Chang, Pa'e Pay, 2010, Membangun Bisnis yang Berhasil dan Seluk Beluk Bisnis Pribumi, Keturunan Cina dan Jepang, Pena Saran Publishing.

Darmawi, Herman, 2006, Manajemen Risiko, Jakarta: Bumi Aksara.

Engko, Cecilia, 2006, Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Individual dengan *Self Esteem* dan *Self Efficacy* sebagai Variabel Intervening, **Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang 1 Universitas Pattimura Padang**, 23-26 Agustus 2006 K-AMEN 06.

Evans, Jeffrey, 2004, Wealthy Investor Attitudes, Expectations, and Behaviors Toward Risk and Returns, **Journal of Wealth Management**, Vol. 7, pp. 12-18.

Evelin, Farida, 2010, Pengaruh Adverse Selection, Pembungkahan Negatif, dan Self Efficacy terhadap Eskalasi Komitmen Proyek Investasi yang Tidak Menguntungkan, **Jurnal Akuntansi dan Manajemen**, Vol.21, No. 2, Agustus, pp. 181-198.

Fahmi, Irham, 2006, **Analisis Investasi dalam Perspektif Ekonomi dan Politik**, Bandung: PT Refika Aditama.

Feist, Jess dan G. J. Feist, 2010, **Teori Kepribadian**, Jakarta: Salemba Humanika.

Halim, Abdul, 2005, **Analisis Investasi**, Jakarta: Salemba Empat.

Hartono, Jogiyanto, 1998, **Teori Portofolio dan Analisis Investasi**, Yogyakarta: BPFE.

_____, 2009, **Teori Portofolio dan Analisis**

Investasi, Yogyakarta: BPFE.

Hsee, Christopher dan Elke U. Weber, 1998, Cross-cultural Differences in Risk Perception, but Cross-cultural Similarities in Attitudes Towards Perceived Risk, **Management Science**, Vol. 44, No. 9, September, pp. 1205-1217.

<http://dcoins.co.id/index.php/id/penelitian/trader-aktif-disini> (diunduh pada 15 Oktober 2011).

<http://fourseasonnews.blogspot.com/2012/05/pengertian-uji-validitas-kuesioner.html> (diunduh pada 3 September 2012).

<http://jeffy-louis.blogspot.com/2011/02/efikasi-diri.html> (diunduh pada 17 September 2011).

Indrayana, 2011, **Tipe Kepribadian dan Preferensi Risiko Investor dalam Investasi Aset Financial (Studi pada Investor Outlet Sentra Investasi Danareksa Salatiga dan PT. Fasting Futures Semarang)**, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).

Kusuma, Surya Probo, 2011, **Framming Effect dan Preferensi Risiko dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pedagang Kaki Lima di Salatiga**, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).

Kotler, Philip, 1987, **Dasar-Dasar Pemasaran**, Jakarta: Intermedia.

Lewellen, Wilbur, Ronald C Lease dan

- Gary G. Schlarbaum, 1977, Patterns of Investment Strategy and Behavior Among Individual Investors, **The Journal of Business**, Vol. 50, Juli, pp. 296-333.
- Malinda, Maya, 2005, **Investasi Keuangan dengan Pedoman "CUKUP"**.
- Nugroho, Bhuono Agung, 2005, **Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS**, Yogyakarta: Penenrbit Andi.
- Padan, Widya Hiltraut, 2009, **Pengaruh Sensation Seeking dan Self Efficacy terhadap Motivasi Mendaki Gunung pada Para Pendaki Gunung**, Skripsi Program S1 Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).
- Pawlowski et al., 2008, Sex Differences in Everyday Risk-Taking Behavior in Humans. **Evolusionary Psychology**, Vol. 6, No. 1.
- Pratomo, Eko Priyo et al., 2001, **Reksa Dana: Solusi Perencanaan Investasi di Era Modern**, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, Bima Ekawarna, 2011, **Analisis Ciri Kepribadian dan Preferensi Risiko pada Pedagang di Salatiga**, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan)..
- Sawitri, Dian Ratna, 2009, Pengaruh Status Identitas dan Efikasi Diri Keputusan Karir terhadap Keraguan Mengambil Keputusan Karir pada Mahasiswa Tahun Pertama di Universitas Diponegoro, **Jurnal Psikologi Undip**, Vol. 5, No. 2, Desember.
- Slovic, Paul, 1972, Psychological Study of Human Judgment: Implications for Investment Decision Making, **Journal of Finance**, Vol. 27, September, pp. 779-799.
- Sultana dan Pardhasaradhi, 2011, An Empirical Investigation of the Relation Between Risk Tolerance and Socioeconomic Characteristics of Individual Investors, **Advances in Management**, Vol. 4, Oktober, pp. 60-65.
- Triono, Wahyudi Pujo, 2010, **Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Perilaku Investor dan Jenis Investasi**, Skripsi Program S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Zarutskie, Rebecca, 2008, The role of top management team human capital in venture capital markets: evidence from first-time funds. **SSRN Accepted Paper Series**.

Relevansi Nilai Laba Akuntansi pada Aksi *Stock split* : Pendekatan Model Harga Dan *Return*

Linda

Endang Surasetyo Ningsih

Fakultas Ekonomi Unsyiah

lindarisyad@gmail.com; lindarisyad@yahoo.com

endang_snt@yahoo.com

Abstract

This study is aimed to prove value-relevance of earning per share that used by investors in decision making around stock split announcements. Both price and return models as a valuation models are commonly used in value-relevance studies. The Price model shows that value-relevance of earning per share has a positive correlation and statistically significant association with stock price, it would explain that earning information relates with stocks price due to the anticipate components of future expectation net cash flow. While, return model shows that value-relevance of earning per share has no correlation with stock return, because of the accounting recognition lag. The actual return-earning relation is considered to be more forward looking, furthermore this model is free from scale effect problem.

Keywords: *value-relevance, earning, price, return*

PENDAHULUAN

Stock split adalah aksi yang dilakukan perusahaan untuk memecahkan nilai nominal saham menjadi nominal yang lebih kecil. Aksi *stock split* menjelaskan informasi private pihak manager perusahaan yang bersifat fundamental yang disampaikan pada pasar dan berkaitan erat dengan likuiditas yang dicapai melalui *stock split* (Kalay et al, 2009). Turunnya tingkat harga dapat meningkatkan likuiditas, yang membawa harga saham pada tingkat perdagangan yang optimal. Investor akan memilih untuk membeli saham pada harga rendah, oleh karena itu manager akan berkeinginan untuk memecahkan sahamnya agar nilai nominal sahamnya konstan (Benartzi et al. 2005). Namun, disatu sisi aksi ini masih

dinilai sebagai suatu “kosmetika saham” saja (Sutrisno, et al, 2000; Francis et al 2008).

Berdasarkan *signaling theory*, para emiten melakukan pemecahan saham untuk memberikan sinyal positif kepada publik bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik ke depan. Karena hanya perusahaan yang berkinerja baiklah yang mampu melakukan pemecahan saham yang dapat dinilai dengan munculnya *abnormal return* di seputaran tanggal pengumuman tersebut (Ika dan Purwaningsih, 2008). Pada studi-studi sebelumnya juga menganalisis *abnormal return* di pada even *stock splits*, karena *stock split* merupakan perubahan superfisi untuk suatu alasan keamanan,

dan adanya abnormal *return* disekitar pengumuman *stock split* (Grinblatt et al., 1984; Lamoureux and Poon, 1987; Kadapakkam, Krishnamurthy, and Tse, 2005) serta meningkatnya volatilitas setelah pengumuman *stock split* (Ohlson and Penman, 1985), dan sahamnya lebih tersebar karena meningkatnya transaksi perdagangan (Copeland, 1979; and Easley et al., 2001).

Menurut Brigham & Houston (2004), rata-rata harga saham sebuah perusahaan akan naik tidak lama setelah perusahaan mengumumkan pemecahan saham. Kenaikan harga ini timbul karena penilaian investor terhadap informasi akuntansi yang dibawa oleh pemecahan saham, dimana investor akan menilai pemecahan saham tersebut sebagai suatu pertanda akan adanya laba masa depan yang tinggi. Laba tersebut mengandung informasi aliran kas bersih yang diharapkan dimasa depan. Karena ekspektasi dari aliran kas masa depan tidak dapat diobservasi secara empiris dan spesifik maka hubungan harga-laba sering digunakan sebagai proksi ekspektasi pasar (Kothari dan Zimmerman, 1995).

Dalam riset akuntansi, model *return* menganalisis variable *return* terhadap variable EPS (laba perlembar saham) dan model harga menganalisis variable harga terhadap variable EPS. Pada pendekatan ekonomi intuitif yang rasional berpendapat bahwa model harga lebih baik dibandingkan model *return*, karena lebih spesifik dalam mengestimasi slope koefisien dan bias slope koefisien EPS juga kurang. Akan tetapi model *return* kurang memiliki permasalahan ekonometrik dibandingkan model harga. Oleh karenanya, untuk

riset-riset tertentu mengkombinasikan model harga dan *return* dapat akan lebih bermanfaat (Kothari dan Zimmerman, 1995).

Studi ini bertujuan untuk menguji kembali hubungan variable harga dengan EPS (model *return*) dan hubungan variable *return* dengan EPS (model *return*). Studi ini berbeda dengan Kothari dan Zimmerman (1995), untuk sample pada studi ini adalah perusahaan yang melakukan aksi pemecahan saham pada Bursa Efek Indonesia selama tahun 2005-2010. Pada studi ini juga membahas permasalahan model harga yang berhubungan erat dengan pengaruh skala dan permasalahan prinsip akuntansi konservatisme pada model *return*.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Relevansi Nilai

Informasi laba akan berguna jika dapat mengakibatkan investor mengubah keyakinan dan tindakan mereka sebelumnya dan tingkat kegunaan tersebut dapat diukur dari sejauh mana perubahan harga mengikuti publikasi informasi laba (Scott, 2000). Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kandungan informasi dari suatu pengumuman informasi perusahaan. Pertama, ekspektasi pasar terhadap kandungan dan timing dari pengumuman informasi perusahaan. Semakin besar tingkat ketidakpastian, maka semakin besar pula potensi terjadinya revisi terhadap harga-harga sekuritas. Kedua, implikasi dari pengumuman laba terhadap distribusi *return* sekuritas di masa depan. Semakin besar revisi yang berhubungan dengan aliran kas yang diharapkan, semakin besar pula implikasi revaluasi harga sekuritas

terhadap pengumuman tersebut. Ketiga, kredibilitas sumber informasi. Semakin kredibel suatu sumber pengumuman informasi, semakin besar pula implikasi revaluasi terhadap pengumuman informasi itu (Foster, 1986).

Derajat kebermanfaatan informasi akuntansi dapat diukur dengan adanya perubahan harga dan volume perdagangan saham yang mengikut pengumuman informasi akuntansi oleh perusahaan. Istilah relevansi nilai informasi akuntansi diturunkan dari teori surplus bersih (*clean surplus theory*) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tercermin pada data-data akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan (Feltham & Ohlson, 1995; Ohlson, 1995). Teori ini mengasumsikan bahwa investor memiliki keyakinan dan preferensi yang homogen. Model penilaian yang biasanya digunakan dalam studi relevansi-nilai akuntansi adalah model harga dan model return. Kedua model ini diangkat dari konseptual teori yang sama, akan tetapi kadang-kadang memberikan hasil yang tidak konsisten. Menurut Ota (2001), model harga bermasalah dengan problem “efek skala”. Efek skala mengimplikasikan hubungan palsu dalam model regresi, seperti perusahaan besar (kecil) memiliki kapitalisasi pasar yang besar (kecil), nilai buku yang besar (kecil) dan laba yang besar (kecil), oleh karena itu perlu adanya control terhadap perbedaan dalam ukuran perusahaan. Regresi model *return* menganalisis hubungan *return* dengan laba pada waktu yang sama. Namun, nilai relevansi yang diobservasi oleh pasar pada periode saat ini tidaklah dicatat dalam laba saat ini, karena penerapan prinsip akuntansi konservatisme. Basu (1997), aturan konservatisme, yaitu

antisipasi terhadap laba yang didenotasikan dengan kecenderungan akuntan yang memerlukan tingkat verifikasi yang tinggi untuk mengakui pendapatan dari pada mengakui kerugian.

Informasi Laba dan Harga Saham

Harga saham merupakan harga dari interaksi yang dibentuk oleh pasar dengan dilatar belakangi oleh harapan untuk memperoleh keuntungan dari perusahaan (Lorie et al, 1985 dalam Sutrisno 2000). Salah satu hipotesis umum menyatakan bahwa perusahaan memecah saham mereka untuk menjaga harga saham dalam kisaran yang optimal. Baker dan Gallagher (1980) berhipotesis bahwa investor kecil tidak mampu membeli banyak saham ketika harga saham terlalu tinggi dan menurunkan harga saham akan menarik lebih banyak investor kecil. Pandangan ini sering juga digunakan oleh manajemen untuk menjelaskan mengapa perusahaan mereka melakukan pemecahan saham.

Lakonishok dan Lev (1987) juga berpendapat bahwa pemecahan membantu harga saham untuk kembali pada kisaran perdagangan normal mereka dan menunjukkan bahwa pasca perpecahan harga cenderung untuk berkumpul ke level historis. Selain itu, McNichols dan Dravid (1989) menunjukkan bahwa *stock split* adalah faktor besar yang mendorong harga jauh dari ‘norma’. Namun, Benartzi et al. (2005) berpendapat bahwa alasan yang mendasari untuk ‘pemeliharaan’ harga masih merupakan teka-teki karena mereka menyarankan bahwa rentang perdagangan yang optimal seharusnya menjadi valid hanya untuk harga real daripada harga nominal.

Namun, teori yang agak kabur berkaitan dengan mekanisme yang mendasari dimana harga saham dalam rentang perdagangan yang optimal mencapai likuiditas meningkat dan argumen awal (seperti investor kecil tidak mampu memiliki banyak lembar saham jika harga tinggi) terlihat cenderung kurang berlaku untuk saat ini. Selain itu, tidak bisa dikesampingkan bahwa saham murah hanya menikmati likuiditas yang lebih tinggi untuk beberapa alasan perilaku.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, maka studi ini akan menguji relevansi nilai informasi laba terhadap harga saham yang terjadi pada aksi *stock split* dengan dengan hipotesis:

H1 : Informasi laba berhubungan positif dengan harga saham

Informasi Laba dan *Return Saham*

Rata-rata pasar menginterpretasikan *stock split* sebagai berita positif dari kinerja perusahaan di masa depan dalam menghasilkan abnormal *return* pada pengumuman *stock split*. Untuk menguji hipotesis ini, penelitian sebelumnya telah menganalisis jalur dividen aktual dan laba setelah pemecahan saham (Lakonishok dan Lev (1987). Untuk mengetahui ekspektasi pasar terhadap kinerja masa depan sebelum dan sesudah *stock split* digunakan ukuran perubahan laba sekitar tanggal split.

Hasil penelitian yang menemukan abnormal *return* disekitar *stock split* dengan proksi variabel lingkungan informasi perusahaan, seperti kapitalisasi pasar, jumlah analis yang mengikuti perusahaan, dan volume

perdagangan, menunjukkan bahwa perusahaan dengan informasi publik yang tersedia lebih banyak berhubungan dengan abnormal *return* yang lebih rendah disekitar pengumuman *stock split*. Ketika ketiga proxy untuk lingkungan informasi diuji secara regresi berganda, hanya proksi jumlah analis yang mampu menjelaskan secara signifikan terhadap abnormal *return*. Hasil ini menunjukkan bahwa *stock split* ditafsirkan oleh pasar sebagai berita positif bagi perusahaan-perusahaan yang kurang menyediakan informasi (Kalay dan Kronlund, 2007)

Studi terdahulu juga menemukan korelasi antara pengumuman split dan kinerja laba (Lakonishok dan Lev, 1987; Asquith, Healy dan Palepu, 1989; dan Ikenberry Ramnath, 2002). Ide tersebut berasal dari studi yang dilakukan oleh Fama, Fisher, Jensen and Roll (1969) di mana mereka mendokumentasikan abnormal *return* yang luar biasa tinggi sebelum split (mereka menggunakan tanggal split dan bukan tanggal pengumuman sebagai *event date*) yang pada gilirannya memprediksi kenaikan dividen masa depan.

Abnormal *return* untuk *stock split* ditemukan pada perusahaan yang melakukan pembayaran non-dividen relative lebih tinggi dari perusahaan yang melakukan pembayaran dividen. Hasil tersebut konsisten dengan hipotesis dasar informasi tentang perusahaan yang membayar dividen memiliki mekanisme untuk berkomunikasi dengan ekspektasi pasar yang positif (Grinblatt, Masulis and Titman, 1984). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa 46% efek pengumuman split tidak berhubungan dengan perubahan ekspektasi pembayaran

deviden (Nayak dan Prabhala, 2001)

Dari berbagai hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa informasi yang terjadi disekitar *stock split* memberikan sinyal kepada pasar atas prospek perusahaan di masa yang akan datang. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Basu (1997) menyatakan bahwa informasi laba direfleksikan dengan cepat sebagai 'bad news' daripada sebagai 'good news'. Hal tersebut berkaitan dengan prinsip konservatisme atas ketepatan waktu dan persistensi laba yang diinformasikan. Dengan hasil seperti tersebut diatas, maka studi ini menganalisis relevansi-nilai informasi laba dengan menggunakan model *return*:

H2: Informasi laba berhubungan dengan *return* saham

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan *corporate action* pemecahan saham (*stock split*). Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada teknik ini sampel yang diambil adalah sampel yang memiliki kriteria-kriteria:

1. Jumlah perusahaan yang melakukan pemecahan saham periode 2005-2010.
2. Perusahaan yang hanya melakukan aksi pemecahan saham saja (yang melakukan aksi korporasi lainnya juga pada priode jendela (-10 dan +10) pengamatan tidak dijadikan sample).
3. Perusahaan yang aktif perdagangan sahamnya

Berdasarkan kriteria diatas, maka jumlah perusahaan yang menjadi populasi sasaran

dalam penelitian ini adalah sebanyak 33 perusahaan. Data yang digunakan berasal dari *Indonesian Capital Market Directory* Bursa Efek Indonesia dengan alamat web www.idx.com, Kustodian Sentral Efek Indonesia dengan alamat web www.ksei.com.id, www.duniainvestasi.com, dan www.yahoofinance.com.

Terdapat tiga variable dalam penelitian ini, yaitu:

- Harga Saham (Y_1)
Harga saham adalah harga dari hasil interaksi yang dibentuk oleh pelaku pasar saat terjadinya penawaran dan permintaan terhadap suatu saham. Hasil interaksi tersebut dilatarbelakangi oleh harapan merekaterhadapprofitperusahan (Lorie, *et al* 1985 dalam Sutrisno *et al*, 2000). Harga saham dalam penelitian ini diproksikan dengan *Closing Price* harian yaitu harga saham penutupan harian di bursa selama periode estimasi dan periode pengamatan.
- *Abnormal Return* Saham (Y_2)
Abnormal return merupakan kelebihan dari *return* yang sesungguhnya terjadi terhadap *return* normal. Indikator yang dipakai untuk *abnormal return* ini adalah *Market Model*, karena model ini memiliki kemampuan mendeteksi *abnormal return* yang lebih baik dibandingkan dengan model lainnya (Hartono, 2009:558-568). Pada penelitian ini menggunakan priode estimasi 30 hari dan priode jendela -10 hari sebelum tanggal pengumuman *stock split* +10 sebelum tanggal pengumuman *stock split*.
- Laba perlembar saham
Variabel independen dalam penelitian ini adalah laba per lembar saham. Hasil Penelitian Kothari dan Zimmerman

(1995) dan Basu (1997), menunjukkan adanya kandungan informasi yang diberikan oleh angka laba akuntansi. Angka laba yang dibagi dengan per saham (EPS) untuk model harga dan model *return* untuk mengurangi permasalahan ekonometrika.

Dua model penilaian yang biasanya digunakan dalam studi relevansi nilai, yaitu model harga dan model *return*, dengan persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Model Harga} & : P_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_t \\ \text{Model Return} & : AR_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_t\end{aligned}$$

P_{it} = Rata-rata harga saham perusahaan i pada hari -10 dan +10 pada tanggal pengumuman *stock split*.

AR_{it} = Rata-rata Abnormal Return perusahaan i pada hari -10 dan +10 pada tanggal pengumuman *stock split*.

ε_{it} = Residual error

Agar analisis data regresi tidak bias, maka residual dari persamaan regresi tersebut haruslah terdistribusi secara normal. Disamping residual harus terdistribusi secara normal, analisa regresi haruslah bebas dari pelanggaran asumsi klasik. Terdistribusinya residual secara normal dan terpenuhinya asumsi klasik akan memberikan nilai estimasi yang tidak bias.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas untuk model harga dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), menunjukkan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan

data residual model harga penelitian ini terdistribusi secara normal atau dengan kata lain residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas untuk model *return* dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yang berarti data residual model *return* pada penelitian ini tidaklah terdistribusi secara normal. Agar data dapat normal dapatlah dilakukan tranformasi (Hair et al, 2010), maka untuk data EPS pada model harga ditranformasikan ke Lognatural (Ln). setelah data ditransformasikan, hasil statistik Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05.

Pendeteksian pelanggaran asumsi klasik heteroscedasticity dengan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual yang diperoleh atas variable x. Apabila hasil regresi ini signifikan pada $p < 0,05$ maka terjadi pelanggaran heteroscedasticity. Hasil pendeteksian dengan menggunakan metode glejser untuk model harga dan model *return* bebas dari pelanggaran heteroscedasticity. Pendeteksian pelanggaran asumsi klasik autokorelasi dengan menggunakan Durbin-Watson statistik. Sebagai *rule of thumb* (Gujarati and Porter, 2008) menyatakan bahwa jika $du < d < 4-du$, maka tidak terdapat autokorelasi baik positif maupun negative di dalam model persamaan regresi. Berdasarkan tabel DW dengan menggunakan $n=33$ dan parameter $k=1$ nilai $du=1,51$. d statistic untuk model harga adalah 2,02 dan d statistic untuk model *return* 2,19 maka kedua model ini bebas dari pelanggaran asumsi autokorelasi.

Hasil analisa regresi model harga hubungan laba per lembar (EPS) saham dengan harga

saham menunjukkan signifikan di bawah 0,05 dengan koefisien 27. Maka persamaan regresi model harga dapat ditulis:

$$P_{it} = 266 + 27X_{it} + \varepsilon_t$$

Signifikannya hubungan EPS dengan harga saham pada penelitian ini berarti setiap kenaikan 1 point EPS pada perusahaan yang melakukan *stock split* akan meningkatkan harga saham sebesar 27 point, maka hipotesis 1 dapat diterima. Pengumuman laba pada perusahaan yang melakukan *stock split* dapat memberikan sinyal positif bagi investor.

Berdasarkan *signaling theory*, para emiten melakukan pemecahan saham untuk memberikan sinyal positif kepada publik bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik ke depan (Ika dan Purwaningsih, 2008). Aksi *stock split* juga meningkatnya volatilitas (Ohlson and Penman, 1985), dan sahamnya lebih tersebar karena meningkatnya transaksi perdagangan (Copeland, 1979; and Easley et al., 2001). Menurut Brigham & Houston (2004) dalam Ika, Purwaningsih (2008), rata-rata harga saham sebuah perusahaan akan naik tidak lama setelah perusahaan mengumumkan pemecahan saham. Kenaikan harga ini timbul karena penilaian investor terhadap informasi akuntansi yang dibawa oleh pemecahan saham, dimana investor akan menilai pemecahan saham tersebut sebagai suatu pertanda akan adanya laba masa depan yang tinggi. Laba tersebut mengandung informasi aliran kas bersih yang diharapkan dimasa depan. Karena ekspektasi dari aliran kas masa depan tidak dapat diobservasi secara empiris dan spesifik maka hubungan harga-laba sering

digunakan sebagai proksi ekspektasi pasar (Kothari dan Zimmerman, 1995).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Subekti (2012), hasil penelitiannya yang juga menggunakan model harga sebagai penilaian relevansi, menunjukkan angka laba sebagai benchmark kinerja keuangan perusahaan dan sering menjadi sasaran utama bagi para manajer untuk mencapai targetnya.

Model persamaan analisa regresi untuk model *return* yaitu:

$$AR_{it} = 0,98 + 0,07X_{it} + \varepsilon_t$$

Nilai signifikannya adalah 0,27 yang berarti hubungan EPS dengan *return* saham tidak signifikan, sehingga hipotesis 2 tidak dapat diterima. Tidak signifikannya model *return* sejalan dengan pendapat Ota (2001), nilai relevansi yang diobservasi oleh pasar pada priode tersebut tidaklah mendeterminasi laba pada saat itu. Oleh karenanya laba tidaklah merefleksikan event ekonomi pada saat itu, maka tidak adanya sinkronisasi dengan pergerakan harga saham. Basu (1997); Easton (1999); Easton et al (2000) ; Kothari dan Zimmerman (1995), mereka berpendapat laba pada saat pengumuman telah diantisipasi sebelum diumumkan oleh perusahaan, dengan kata lain pengumuman laba bukanlah informasi baru bagi investor.

Hasil penelitian Kalay dan Kronlund, 2007 menemukan hubungan yang rendah abnormal *return* dengan informasi publik perusahaan disekitar pengumuman *stock split*. Informasi publik pada penelitian Kalay dan Kronlund, 2007 seperti kapitalisasi

pasar, volume perdagangan dan jumlah analis. Pada hasil penelitian Sutrisno et al, 2010 juga tidak adanya pengaruh *stock split* terhadap varian dan abnormal *return*. Menurut Basu (1997); Ota (2001) aturan konservatisme akuntansi, yang mengharuskan akuntan untuk berantisipasi dalam mengakui laba dari pada mengakui kerugian (*accounting recognition lag*). Informasi laba akuntansi yang mengalami kerugian pada saat ini akan berpengaruh pada laba dimasa yang akan datang. Tidak diakuinya laba saat ini karena konservatisme akuntansi, sehingga akan memberikan laba positif dimasa yang akan datang.

PENUTUP

Model penilaian yang umumnya digunakan untuk menilai relevansi informasi akuntansi yaitu model harga dan model *return*. Kedua model ini didasarkan pada teori yang sama, akan tetapi memberikan hasil yang tidak konsisten. Hal ini dikarenakan permasalahan ekonometrika pada model harga yang dipengaruhi oleh skala dan untuk model *return* dikarenakan permasalahan prinsip akuntansi konservatisme.

Pada penelitian ini yang menganalisis relevansi informasi laba pada saat pengumuman laba, untuk model harga dengan menghubungkan angka EPS dengan harga saham menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sebaliknya untuk model *return* yang menganalisis pengaruh EPS terhadap *return* saham tidak memberikan hasil statistik yang signifikan.

Signifikannya model harga berarti laba pada pengumuman *stock split* mengandung informasi aliran kas bersih yang diharapkan dimasa depan oleh investor yang diekspektasikan dengan harga saham.

Namun persamaan regresi untuk model ini tidak terlepas dari pengaruh skala, seperti perusahaan besar (kecil) memiliki variable akuntansi yang besar (kecil).

Hubungan EPS dengan *return* saham pada model *return* yang tidak signifikan pada aksi *stock split*, bermakna pengumuman laba adalah distribusi *return* sekuritas di masa depan, yang implikasinya pada revaluasi harga sekuritas bukan pada *return* saham saat ini. Hal yang lain juga karena aturan konservatisme akuntansi, yang mengharuskan akuntan untuk berantisipasi dalam mengakui laba dari pada mengakui kerugian (*accounting recognition lag*). Di satu sisi informasi laba bukanlah informasi baru, investor telah mengantisipasi informasi laba ini sebelum perusahaan mengumumkan informasi laba.

Keterbatasan variable harga saham pada model harga merefleksikan pengaruh informasi laba, yang tidak lepas dari pengaruh skala: laba yang besar (kecil) akan merefleksikan harga saham yang tinggi (rendah).

Pada model *return* komponen laba ini tidak relevan dalam menjelaskan *return* saat ini, sehingga akan memberikan nilai yang salah dalam residual variable independent dan koefisien laba yang bias. Komponen laba juga telah diantisipasi oleh investor jauh hari sebelum diumumkan. Untuk penelitian kedepan dengan menggunakan model *return*, dapat memasukkan variable independent: proyeksi laba masa yang akan datang oleh para analis pasar, *return* realisasi masa lalu, dan ramalan laba oleh manajer perusahaan. Model *return* ini juga bebas dari pengaruh skala.

Daftar Pustaka

- Basu, Sudipta, 1995, Conservatism and Asymmetric Timelines of Earnings,. Ph.D. thesis, University of Rochester, Rochester NY.
- Baker, M., Greenwood, R., Wurgler, J., 2009. Catering through nominal share prices. *Journal of Finance* 64, 2559-2590.
- Benartzi, S., R. Michaely, R. Thaler, W. Weld, 2005. The Nominal Price Puzzle, Working Paper, University of Chicago.
- Copeland, T., 1979. Liquidity Changes Following *Stock splits*. *Journal of Finance* 34, 115-141.
- Christie, Andrew A., 1987, On Cross Sectional Analysis in Accounting Research. *Journal of Accounting and Economics* 9, 231-258.
- Easley, D., O'Hara, M., Saar, G., 2001. How *Stock splits* Affect Trading: A Microstructure Approach. *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 36, 25-51.
- Easton, P., 1999. Security Return And The Value Relevance Of Accounting Data. *Accounting Horizon*, vol 15. pp. 399-412.
- Easton, P., P. Shroff, and G. Sommers. 2000. Scale And Scale Effects In Market-Based Accounting Research. *Working paper*, The Ohio State University
- Fama, E., L. Fisher, M. Jensen and R. Roll, 1969, The adjustment of stock prices to new information, *International Economic Review*, 10, 1-21
- Feltham, G.A. and J.A. Ohlson. 1995. Valuation and Clean Surplus Accounting for Operation and Financial Activities. *Contemporary Accounting Research* 11 (2): 689-731
- Grinblatt, M., Masulis, R., Titman, S., 1984. The Valuation Effects of *Stock splits* And Stock Dividends. *Journal of Financial Economics* 13, 461-490.
- Gujarati, Damodar N., and Porter, Dawn C., 2008. *Basic Ekonometric*. Mc Grow-Hill
- Ika, Anugragabudhi., dan Purwaningsih, Anna., 2008. Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan dan Sesudah Stock Spli. *Modus Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 20, 52-64.
- Kadapakkam, P., Krishnamurthy, S., Tse, Y., 2005. *Stock splits*, Broker Promotion, And Decimalization. *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 40, 873-895.
- Kalay, Alon and Krolund, Mathias. 2007. *Stock split*- Information or Liquidity. www.Google.com.
- Kothari, S.P., and Zimmerman, Jerold L. 1995. Price and Return Model. *Journal of Accounting and Economics* 20: 155-192
- Lamoureux, C., Poon, P., 1987. The Market Reaction To *Stock splits*. *Journal of Finance* 42, 1347-1370.
- Lakonishok, J., and B. Lev, 1987, *Stock splits* and stock dividends: Why, who and when, *Journal of Finance*, 42, 913-932
- Nayak, S., and P. R. Prabhala, 2001,

- Stock splits*: Disentangling the Dividend Information in Splits; A Decomposition using Conditional Event-Study Methods, *Review of Financial Studies*, 14, 1083-1116
- Ohlson, J., Penman, S., 1985. Volatility Increases Subsequent To *Stock splits*: An Empirical Aberration. *Journal of Financial Economics* 14, 251-266.
- Ota, Koji., 2001. The Impact Of Valuation Models On Value-Relevance Studies In Accounting: A review of theory and Evidence. www.ssrn.com
- Scott, W. R. (2003). *Financial Accounting Theory* (Third ed.). Toronto: Prentice Hall.
- Subekti, Imam., 2012. Relevansi Nilai Informasi Akuntansi, Struktur Kepemilikan Saham dan Afiliasi Group Bisnis pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Symposium Nasional Akuntansi XV*
- Sutrisno, Wang., Yuniartha, Francisca., and Susilowati, Soffy., 2010. Pengaruh *Stock split* terhadap Likuiditas dan *return* saham di Bursa Efek Jakarta. <http://www.scribd.com/doc/3628596>

Analisis Pengaruh Konflik Hubungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan

Studi Empirik Pada Industri Kerajinan Rotan Desa Trangsan

Gatak Sukoharjo Jateng

Lukman Hakim, Sujadi

Siti Fatimah Nurhayati

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

lukman_hakim@ums.ac.id

Abstract

The research examined the impact relation conflict with the setting of high school institution namely the home industrial Trangsan, Gatak, Sukharjo. The objective was to analyze whether the variable of worker behavioral attributes model of relation conflict consisting of miscommunication, naive realism, interence, faulty attribution, disagreement and negative emotion significantly affecting the work motivation. The sampling as many as 48 persons was taken by using purposive method. They comprised the managers whose qualifications were as workers of administration unit in university. From the 52 persons taken as samples through questioner sheets, 50 questioner sheets were returned but one of them was damaged. Therefore, there were only 48 questioner sheets which were valid to be analyzed. The result of regression analysis by using the instrument called the program SPSS version 12.00 showed that miscommunication and naive realism significantly negative affecting the work of motivation. Whereas the others variable such as negative emotion, interence, faulty attribution, disagreement have effect positively toward the work of motivation.

Keywords : Faulty attribution, miscommunication, naive realism, interence, disagreement and negative emotion and the work of motivation.

Abstrak: Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis pengaruh konflik hubungan kerja terhadap motivasi kerja karyawan. Penelitian ini mengambil setting latar belakang industri rotan di Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Acuan utama penelitian ini adalah penelitian yang pernah dilakukan oleh Grenberg dan Baron (2000) dan Barki dan Hartwick (2003). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah dimensi konflik hubungan kerja yang terdiri dari kesalahan menilai sifat (faulty attribution), komunikasi yang kurang (miscommunication), perbedaan individual (naive realism), campur tangan (interence), ketidaksetujuan (disagreement) serta emosi negatif (negative emotion) mempunyai pengaruh negatif terhadap motivasi kerja karyawan di industri kerajinan di Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Penelitian ini mengambil obyek industri kerajinan rotan di Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo, dimana mengambil sampel 52 orang dengan cara purposive yang terdiri para pengelola atau karyawan di perusahaan industri rotan di Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Dari survey keliling didapatkan duabelas industri

yang bisa dijadikan obyek. Keduabelas industri atau bagian tersebut terdapat responden sebanyak 52 orang. Dari 52 orang yang menjadi responden maka kuisisioner yang kembali ada 50 kuisisioner dan dari 50 kuisisioner yang kembali yang dapat diolah 48 kuisisioner, sisanya 2 kuisisioner tidak memenuhi syarat untuk diolah. Hasil analisis data dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 12.00 diperoleh bahwa dimensi relation conflict yang berupa kesalahan komunikasi dan perbedaan realisme yang mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Sedangkan variabel lainnya seperti campurtangan, kegagalan atribusi, ketidaksetujuan serta emosi negatif mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan.

Kata Kunci : Kegagalan atribusi, kesalahan komunikasi, perbedaan realisme, campurtangan, ketidaksetujuan, emosi negative dan motivasi kerja

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini terjadi persaingan bisnis yang tajam. Hal ini terjadi karena akibat dampak perekonomian global. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat melakukan perbaikan terus menerus (*continuous improvement*) dalam berbagai hal supaya dapat maju dan berkembang dan mampu bersaing di iklim global tersebut. Sedangkan perusahaan atau organisasi yang merasa puas dengan kondisi yang ada dan mempertahankan *status quo* akan tenggelam dan selanjutnya tinggal menunggu saat-saat kematiannya.

Dalam rangka melakukan perbaikan berbagai hal tersebut, perusahaan harus bisa mengatur dan mengkoordinasikan sumber daya manusia. Berbagai pengaturan dan pengkoordinasian sumber daya manusia, salah satunya adalah penanganan masalah “konflik”. Konflik didalam perusahaan atau organisasi seringkali terjadi dan merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindarkan. Seringnya didalam suasana konflik tidak ada penanganan yang memadai sehingga yang terjadi konflik biasanya tidak kunjung selesai dan berakibat menurunkan motivasi

kerja karyawan. Dalam memahami dan memanfaatkan keberadaan konflik dalam suatu organisasi diperlukan cara pandang yang tepat.

Pandangan tradisional menyatakan, bahwa konflik sebagai sesuatu yang jelek dan harus dihindari dengan cara apapun. Maka seringkali timbul adanya kecenderungan untuk menekan konflik tersebut dan menyembunyikannya dari permukaan. Dengan tindakan yang demikian itu diharapkan konflik akan hilang dengan sendirinya. Sementara pandangan baru menyatakan bahwa konflik itu sebagai fenomena yang timbul secara alamiah an tidak dapat dihindari. Konflik itu bahkan inheren dalam setiap sistem serta tidak selalu jelek. Bahkan konflik akan dapat membantu atau menghambat pelaksanaan kegiatan organisasi dalam berbagai derajat. Juga masing-masing yang terlibat konflik akan produktif, oleh karena terjadi persaingan dalam kerja.

Penanganan konflik yang baik akhirnya merupakan suatu keharusan jika ingin perusahaan berjalan dengan baik. Menurut Spector dan Jex 1998 (dalam Dreu &

Vianen, 2001) di satu sisi organisasi harus bisa menghilangkan pengaruh konflik yang negatif yang akan menurunkan efektivitas, menurunkan *will-being* dan meningkatkan perputaran (*turn over*) karyawan. Namun di sisi lain organisasi harus dapat mengelola konflik untuk memacu perkembangan kehidupan organisasi terutama berkaitan penciptaan inovasi, ide baru dan menumbuhkan hubungan interpersonal dalam organisasi.

Greenberg dan Baron (2000) melihat dampak positif konflik yaitu untuk membuka penyelesaian permasalahan masa lalu, memotivasi karyawan untuk mengerti posisi mereka dalam perusahaan, memberik ide dan inovasi baru, dan membuka perubahan organisasi. Disamping itu juga konflik dapat memberikan keputusan yang lebih baik dan menambah komitmen organisasi. Namun demikian konflik dapat menimbulkan dampak negative bagi karyawan yaitu memunculkan emosi negative, stress kerja, komunikasi yang kurang, *negative stereotype* dan tekanan loyalitas pada kelompok tertentu.

Timbulnya konflik di industri kerajinan berorientasi ekspor bermula dari pengaruh imbasnya krisis ekonomi global dimana krisis global memberikan dampak merosotnya pertumbuhan ekspor nasional. Menghadapi dampak krisis keuangan di Amerika Serikat, pengusaha eksportir mebel rotan di Trangsan, Gatak, Sukoharjo melakukan efisiensi di berbagai bidang, termasuk di sektor tenaga kerja. Efisiensi dilakukan menyusul menurunnya produksi karena berhentinya pesanan dari pembeli di Amerika Serikat. Industri kerajinan rotan melakukan efisiensi dalam penggunaan

listrik, air, telekomunikasi, dan transportasi. Efisiensi juga dilakukan dengan cara mengurangi tenaga kerja (Kompas 21 Oktober 2008).

Pengurangan tenaga kerja sebagai akibat terkena imbas menurunnya volume ekspor nasional menimbulkan konflik ketenagakerjaan. Timbulnya konflik disebabkan industri kerajinan rotan tersebut mengalami penanganan dilematis yaitu apakah akan menghentikan atau menurunkan volume produksinya supaya biaya produksi menurun ataukah menurunkan biaya gaji atau lebih ekstrim merumahkan para buruh dan karyawannya agar dapat menekan biaya produksi juga.

Konflik yang muncul semacam ini merupakan suatu gangguan terhadap keseimbangan situasi dalam organisasi yang akan mengganggu proses pelaksanaan aktivitas organisasi ke arah tujuan akhir. Padahal dalam batas-batas tertentu timbulnya konflik, dimungkinkan diperolehnya dampak-dampak positif tertentu. Kecenderungan timbulnya konflik dalam organisasi relatif tidak dapat dihindarkan dan sewaktu-waktu timbul. Oleh sebab itu perlu diusahakan proses penyelesaiannya dapat menciptakan situasi yang lebih baik, yang saling memberikan kepuasan baik semua pihak. Memang apabila mungkin akan lebih baik apabila kecenderungan timbulnya konflik itu agar dapat dicegah atau dibatasi sejak dini, sebab dalam banyak hal proses penyelesaiannya kadang-kadang tidak mudah, sering berlarut-larut, menghabiskan energi baik waktu, tenaga, pikiran, dana dan energi lain. Energi-energi ini akan lebih bermanfaat apabila justru digunakan untuk mendukung

usaha pertumbuhan dan perkembangan organisasi secara lebih baik.

Salah satu bentuk konflik adalah *relationship conflict*, dimana merupakan salah satu bentuk konflik terjadi ketidaksetujuan antar anggota tim yang berdasarkan pada ketidakcocokan antar anggota yang menghasilkan kecurigaan, ketidakpercayaan, dan kebencian antar anggota tim (Bradford et.al 2001). Sedangkan menurut Pelled (1995), *relationship conflict*, merupakan salah satu bentuk konflik yang terkait dengan informasi yang tidak berhubungan dengan pekerjaan, namun terkait dengan emosi negatif dan ancaman akan identitas pribadi seseorang atau harga diri seseorang.

Menurut Grenberg dan Baron (2000) yang mengutarakan konflik hubungan kerja antar anggota organisasi dapat terjadi : (1) kesalahan dalam menilai sifat, (2) komunikasi yang salah, (3) perbedaan harapan dengan kenyataan yang terjadi. Barki dan Hartwick (2003) menyebutkan bahwa terdapat tiga komponen yang menyebabkan terjadinya konflik hubungan kerja dalam tim. Ketiga komponen tersebut adalah ketidaksetujuan, campur tangan dan emosi negatif. Sedangkan menurut Bradford KD, Stringfellow & Weitz (2001) dalam konflik antar anggota organisasi juga terjadi ketidaksetujuan antar anggota tim yang berdasarkan ketidakcocokan antar anggota yang menghadirkan kecurigaan, ketidakpercayaan, dan kebencian antar anggota tim.

Para peneliti telah bertahun-tahun menganalisis bagaimana konflik dalam organisasi dan bagaimana konflik tersebut dapat mempengaruhi aktivitas kerja

mereka yang mengalaminya. Mereka telah menemukan bahwa kelompok yang terdapat dalam situasi konflik cenderung untuk bereaksi dalam cara yang mudah ditebak yaitu terjadinya perubahan dalam kelompok, perubahan dalam kelompok ini menimbulkan dampak antara lain : (1) meningkatnya kekompakan Kelompok, bahwa persaingan, konflik, atau ancaman dari luar biasanya mengakibatkan anggota kelompok mengesampingkan perbedaan-perbedaan individu dan merapatkan barisan. Anggota-anggota menjadi lebih loyal pada kelompok dan keanggotaan kelompok menjadi lebih menarik. (2) timbulnya kepemimpinan otokratis, dalam situasi konflik yang ekstrem, ketika ancaman terlihat, cara kepemimpinan demokratis menjadi kurang populer; para anggota menginginkan kepemimpinan yang kuat. Kemudian, para pemimpin lebih otokratis. (3) fokus pada aktivitas, ketika kelompok berada dalam konflik, para anggotanya biasanya mengutamakan untuk melakukan apa yang dilakukan kelompoknya dan mengerjakannya dengan sangat baik.

Hasil penelitian Jehn (1995) yang mengambil sampel di perusahaan manajemen transportasi menghasilkan temuan bahwa konflik hubungan kerja berhubungan negatif dengan kepuasan anggota tim, sehingga akan menimbulkan hubungan negatif pula pada keefektifan tim. Sedangkan menurut Gibson & Ivancevich (1999) konflik dapat menyebabkan timbulnya kepemimpinan otokratis, dalam situasi konflik yang ekstrem, ketika ancaman terlihat, cara kepemimpinan demokratis menjadi kurang populer, para anggota menginginkan kepemimpinan yang kuat kemudian, para pemimpin lebih otokratis.

Konflik di organisasi tidak selalunya menimbulkan dampak negatif, terkadang konflik kerja dapat menimbulkan dampak positif baik pada kepuasan kerja, motivasi kerja ataupun produktivitas kerja. Sebagaimana hasil penelitian Bradford, Stringfellow dan Weitz (2001) yang meneliti tim marketing dan tim *research and development* disatu perusahaan menghasilkan temuan bahwa perbedaan antara anggota tim dalam bidang pengetahuan, komitmen dan kekuatan secara signifikan meningkatkan *affective conflict*, namun tidak berpengaruh pada *task conflict*.

Hasil penelitian Amason (1996) yang dilakukan secara deskriptif mengenai konflik hubungan kerja dengan keefektifan tim menimbulkan bahwa jenis manajemen konflik akan mempengaruhi keefektifan pengambilan keputusan strategik ditingkat manajemen atas. Penelitian yang sama dilakukan Curral dan Tsai (2000) menyebutkan bahwa setiap jenis manajemen konflik akan memberikan pengaruh yang berlainan dalam menurunkan *relationship conflict* dan menurunkan stres pada anggota tim.

Menurut Yukl (1994) konsekuensi positif konflik bahwa sebuah organisasi dapat mengadakan perubahan dan inovasi. Meskipun konflik seringkali merupakan pencerminan dari perlawanan oleh suatu pihak terhadap inovasi-inovasi yang disetujui oleh pihak lain, ia dapat juga menjadi sebuah sumber motivasi bagi kedua belah pihak untuk mendapatkan pemecahan-pemecahan inovatif yang akan menyelesaikan konflik tersebut. Tanpa adanya konflik, sebuah organisasi

atau perusahaan tidak akan mampu untuk mempertahankan kekuatan dan menyesuaikan diri secara berhasil terhadap sebuah lingkungan yang berubah.

Motivasi kerja mempunyai peranan penting untuk mendorong para karyawan dalam rangka meningkatkan prestasi pada perusahaan. Menurut As'ad (1999) bahwa faktor pendorong penting menyebabkan manusia bekerja adalah kebutuhan yang harus terpenuhi. Aktivitas dalam kerja mengandung unsur suatu kegiatan sosial menghasilkan sesuatu dan pada akhirnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan itulah yang menjadi dasar motivasi kerja.

Menurut Heidjrachman dan Husnan (2000) pada garis besarnya faktor-faktor yang dapat menimbulkan motivasi ada dua, yaitu : (1) Motivasi positif, yaitu proses untuk mencoba mempengaruhi orang agar menjalankan sesuatu yang kita inginkan dengan memberikan kemungkinan untuk mendapatkan hadiah. Misalnya upah, gaji, bonus, tunjangan dan lainnya. (2) Motivasi negatif, yaitu proses untuk mempengaruhi seseorang agar mau melakukan sesuatu yang kita inginkan dengan memberikan rasa takut jika apa yang dilakukan tidak sesuai standar kerja. Misalnya dengan memberikan hukuman (*punishment*) terhadap karyawan yang bekerja malas atau tidak sesuai standar kerja.

Semua manajer harus menggunakan kedua jenis motivasi tersebut. Masalah utama dari penggunaan kedua jenis motivasi tersebut adalah perimbangan (proporsi) penggunaan dan juga kapan kita menggunakannya. Dari berbagai penelitian menunjukan penggunaan "ancaman" motivasi negatif,

seringkali memberikan hasil yang lebih banyak berupa peningkatan motivasinya dalam jangka pendek. Sebaliknya penggunaan motivasi positif akan berhasil dalam jangka panjang (Heidjrachman dan Husnan, 2000).

Motivasi kerja yaitu kekuatan yang mendorong seorang karyawan untuk berbuat mengarahkan perilaku kerja (Gibson, Ivancevich, 2005). Pengukuran motivasi kerja dalam penelitian ini juga mengacu pada instrumen yang digunakan David Mc Clelland, Atkinson dan kawan-kawan (dalam Robbins, 2008) yang telah melakukan penelitian dalam mengembangkan teori prestasi. Secara singkat pada dasarnya motivasi seseorang diindikasikan oleh tiga kebutuhan, yaitu : (1) *need for Achievement* yaitu tingkah laku seseorang berorientasi pada prestasi (*achievement-oriented behaviour*) dan tingkah laku diarahkan demi tercapainya “*Standard of excellent*”. (2) *need for Affiliation*, ditandai kecenderungan untuk senantiasa mengorganisir diri dan kegiatannya agar lebih bermakna ke arah tujuan bersama pihak atau orang lain dalam suasana kerja sama. (3). *Need for Power*, tercermin pada keinginan memiliki pengaruh atas orang lain bersikap peka terhadap struktur pengaruh antar pribadi dari suatu kelompok atau organisasi.

Dalam hubungannya dengan konflik hubungan kerja, sebuah motivasi akan mengalami penurunan atau menyebabkan pengaruh negatif. Karena sesuatu yang mendorong yaitu kebutuhan prestasi, kekuasaan, dan afiliasi akan terganggu adanya konflik di sebuah perusahaan. Sebagaimana pendapat David Mc Clelland

et. Al, 1974 (dalam Gibson & Ivancevich, 2005) yang menyatakan bahwa suatu motivasi seseorang dapat meningkat dan bisa menurun. Motivasi cenderung meningkat apabila kebutuhannya terpenuhi tetapi jika kebutuhannya tidak terpenuhi karena suatu hal maka akan menyebabkan penurunan motivasi.

METODE PENELITIAN

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dimensi konflik hubungan ketenagakerjaan yang terdiri kesalahan dalam menilai sifat (*faulty attribution*), komunikasi yang salah (*miscommunication*), perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang terjadi (*naive realisme*), ketidaksetujuan antar anggota campur tangan (*intervence*) dan emosi negatif (*negative emotion*) mempunyai pengaruh negatif terhadap motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan, desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di industri kerajinan Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Sedangkan sampel yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan untuk menyesuaikan beberapa kriteria penelitian agar dapat meningkatkan ketepatan sampel (Cooper dan Schlinder, 2003).

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah dua belas industri kerajinan yang mengalami konflik hubungan kerja akibat dampak krisis ekonomi global. Dari pengamatan lapangan jumlah karyawan yang layak menjadi responden di dua belas industri kerajinan rotan

tersebut berjumlah 52 responden. Kriteria responden yang dijadikan sampel antara lain : (1) karyawan aktif, (2) masa kerja minimal 2 tahun, dan (3) terdapat masalah konflik hubungan kerja. Dari 52 orang yang menjadi responden maka kuisioner yang kembali dan dapat diolah ada 48 kuisioner. Definisi operasional, *Konflik hubungan kerja*, merupakan salah satu bentuk konflik yang terjadi karena masalah didalam pekerjaan misalnya kesalahan antar karyawan dalam menilai sifat (*faulty attribution*), komunikasi yang salah (*miscommunication*), perbedaan antara harapan dan kenyataan yang terjadi (Grenberg dan Baron, 2000). Barki dan Hartwick (2003) menyebutkan bahwa terdapat tiga komponen yang menyebabkan terjadinya *relationship conflict* dalam tim. Ketiga komponen tersebut adalah ketidaksetujuan (*disagreement*), campur tangan (*intervence*) dan emosi negatif (*negative emotion*).

Sedangkan menurut Stringfellow & Weitz (2001) dalam konflik hubungan kerja antar anggota organisasi juga terjadi ketidaksetujuan antar anggota tim yang berdasarkan ketidakcocokan dalam bekerja. Pengukuran variabel ini mengadopsi model dimensi konflik yang dikembangkan oleh Grenberg dan Baron (2000) dan Stringfellow & Weitz (2001) dengan empat poin skala (selalu, sering, pernah, tidak pernah). Variabel tersebut antara lain : 1) Kesalahan antar karyawan dalam menilai sifat (*faulty attribution*), indikator variabel ini antara lain : (1) kecurigaan terhadap rekan kerja, (2) ketidakpercayaan terhadap rekan kerja, (3) tidak menghargai rekan kerja. 2) Kesalahan komunikasi (*miscommunication*), indikator variabel ini

antaralain:(1)kesalahpahaman komunikasi, (2) perbedaan pendapat, (3) perbedaan persepsi. 3) Perbedaan antara harapan dan kenyataan yang terjadi, indikator variabel ini antara lain : (1) perbedaan perjanjian kerja dengan kenyataan, (2) perbedaan antara harapan kerja dengan kenyataan, (3) perbedaan antara keinginan kerja dengan kenyataan. 4) Ketidaksetujuan (*disagreement*), indikator variabel ini antara lain : (1) ketidaksetujuan dengan gagasan/ pikiran kerja, (2) ketidaksetujuan dengan cara kerja, (3) ketidaksetujuan dengan hasil kerja. 5) Campur tangan (*intervence*), indikator variabel ini antara lain : (1) suka komentar negatif, (2) tidak memberi bantuan (ide atau aktivitas) untuk menyelesaikan masalah, (3) tidak memberi *support*/dorongan. 6) Emosi negatif (*negative emotion*), indikator variabel ini antara lain : (1) sikap sinis rekan kerja terhadap rekan kerja, (2) sikap tidak kompromi terhadap rekan kerja, (3) sikap tidak suka terhadap rekan kerja yang berhasil.

Motivasi kerja yaitu kekuatan yang mendorong seorang karyawan untuk berbuat mengarahkan perilaku kerja (Gibson, Ivancevich, 1995). Pengukuran motivasi kerja dalam penelitian ini juga mengacu pada instrumen yang digunakan David Me Clelland, Atkinson dan kawan-kawan (dalam Robbins, 2002) yang telah melakukan penelitian dalam mengembangkan teori prestasi. Secara singkat pada dasarnya motivasi seseorang diindikasikan oleh tiga kebutuhan, yaitu : (1) *need for Achievement* yaitu tingkah laku seseorang berorientasi pada prestasi (*achievement- oriented behaviour*) dan tingkah laku diarahkan demi tercapainya “*Standard of excellent*”. (2) *need for*

Affiliation, ditandai kecenderungan untuk senantiasa mengorganisir diri dan kegiatannya agar lebih bermakna ke arah tujuan bersama pihak atau orang lain dalam suasana kerja sama. (3). *Need for Power*, tercermin pada keinginan memiliki pengaruh atas orang lain bersikap peka terhadap struktur pengaruh antar pribadi dari suatu kelompok atau organisasi.

Teknik analisis yang dipakai adalah regresi berganda, dimana untuk mengetahui pengaruh variabel konflik hubungan kerja (variabel independen) terhadap variabel motivasi kerja karyawan (variabel dependen). Model dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda. Kemudian untuk mengetahui kemaknaan nilai koefisien korelasi masing-masing variabel maka dilakukan serangkaian uji, yaitu uji serempak (Uji F) dan uji parsial (uji t).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan reliabilitas, untuk mengetahui tingkat validitas item maka nilai r_{hitung} dibandingkan dengan angka kritik pada tabel korelasi r. Cara melihat angka kritik adalah dengan melihat baris N-2 apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka pertanyaan yang telah disusun untuk mengumpulkan data dianggap mempunyai validitas konstruk (Singarimbun dan Effendi, 1995). Dari hasil perhitungan SPSS versi 12.00 dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan baik variabel independen maupun dependen valid, terbukti r hitung lebih besar dari r tabel.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan

pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Metode yang dipakai untuk mengukur reliabilitas adalah ditunjukkan oleh besarnya nilai *alpha* (α), jika koefisien *alpha* diatas 0,60 ($\alpha > 0,60$) (Nunnally, dalam Imam Ghazali, 2005). Dari hasil perhitungan SPSS versi 12.00 dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dianggap reliabel, terbukti R *alpha* diatas 0,7.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model persamaan regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam hal ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu data berdistribusi normal jika mempunyai probabilitas lebih besar dari 0,05 (Sugiyono, 1999). Hasil uji normalitas ini dapat ditunjukkan semua data mempunyai probabilitas lebih besar dari 0,05.

Heteroskedastisitas, pendeteksian adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan melihat *coefficient correlation rho Spearman's*, dimana kalau lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, terbukti bahwa *coefficient correlation rho Spearman's* lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

Multikolinearitas, untuk mengetahui pengaruh multikolinearitas dalam penelitian ini dipergunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Pendeteksian multikolinearitas dapat dilakukan apabila nilai VIF dibawah 10 berarti bebas multikolinearitas (Imam Ghazali, 2005). Berdasarkan hasil uji SPSS versi 12.00

terbukti model ini bebas multikolinearitas karena dibawah 10.

Autokorelasi, pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson. Tidak terjadi autokorelasi jika memenuhi syarat dari Durbin-Watson yaitu : $d_u < d_{hitung} < (4 - d_u)$. Dengan menggunakan signifikan 5% , $K = 6$, $N = 48$ Nilai d_u sebesar 1,77 dan d_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 2,147. Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa regresi tersebut memenuhi syarat Durbin-Watson $d_u < d_{hitung} < (4 - d_u)$ sehingga tidak terjadi autokorelasi.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi didapatkan koefisien determinasinya $R = 0,783$ atau 78 % dapat dikatakan bahwa 78% variabel kesalahan menilai sifat (*faulty attribution*), kesalahan komunikasi (*miscommunication*) perbedaan individual (*naive realisme*), ketidaksetujuan (*disagreement*), campur tangan (*intervence*) dan emosi negatif (*negative emotion*), sedangkan yang sisanya 22% disebabkan pengaruh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

menilai sifat (*faulty attributin*) dan emosi negatif (*negative emotion*) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo (angka koefisien B sebesar 0,732 dan 0,831 dengan signifikansi kurang dari 0,05). Sedangkan variabel ketidaksetujuan (*disagreement*) dan campur tangan (*intervence*) mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (angka koefisien B sebesar 0,804 dan 0,663 dengan signifikansi lebih dari 0,05). Variabel lainnya seperti kesalahan komunikasi (*miscommunication*) dan perbedaan harapan-kenyataan (*naive realisme*) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (angka koefisien B -0,572 dan -1,009 dengan signifikansi kurang dari 0,05).

Hasil analisis variabel kesalahan dalam menilai sifat (*faulty attribution*) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Artinya bentuk konflik karena kesalahan dalam menilai sifat secara signifikan meningkatkan

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.409	.475		5.072	.000
	X1	.732	.200	.468	3.665	.001
	X2	-.572	.216	-.356	-2.648	.011
	X3	-1.009	.277	-.564	-3.646	.001
	X4	.804	.288	.513	1.971	.057
	X5	.663	.332	.414	1.996	.053
	X6	.831	.284	.512	2.924	.006

Sumber : Data primer Diolah

Berdasarkan hasil analisis data dari tabel diatas diperoleh bahwa variabel kesalahan

motivasi kerja karyawan di di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak,

Sukoharjo. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Barki dan Hartwick (2003) juga Bradford, Stringfellow & Weitz (2001) dimana karena adanya kecurigaan, ketidakpercayaan menyebabkan persaingan diri yang kuat sehingga menurunkan motivasi kerja. Hal ini menunjukkan bahwa adanya *faulty attribution* atau kesalahan penilaian sifat antar karyawan seperti kecurigaan, ketidakpercayaan, tidak menghargai kerja dapat justru meningkatkan motivasi kerja karyawan. Hal ini terjadi di industri kerajinan rotan Desa Trangsan karyawannya merupakan pekerja keras, ketidakpercayaan, kurang penghargaan dianggap cambuk positif untuk lebih teliti dan kreatif menyelesaikan hasil pekerjaannya.

Hasil analisis variabel kesalahan dalam komunikasi (*miscommunication*) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Artinya bentuk konflik karena kesalahan dalam berkomunikasi secara signifikan menurunkan motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Hal ini dikarenakan terjadinya kesalahan dalam berkomunikasi seperti kesalahpahaman dalam menangkap pembicaraan, perbedaan persepsi serta perbedaan pendapat cenderung akan menghasilkan ketidaknyamanan karyawan dalam bekerja. Kondisi ketidaknyamanan dalam bekerja seringkali memberikan penurunan motivasi kerja. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Grenberg dan Baron (2000) serta Spector & Jex (1998 dalam Dreu & Vianen, 2001) dimana adanya *miscommunication* menyebabkan penurunan *well-being* dan meningkatnya *turnover* sebagai akibat

menurunnya motivasi kerja karyawan disebuah perusahaan.

Hasil analisis variabel *naive realisme* mempunyai pengaruh negatif signifikan, artinya konflik kerja karena *naive realisme* dapat menurunkan motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Temuan ini mendukung penelitian terdahulu Grenberg dan Baron (2000) yang menghasilkan pengaruh negatif signifikan antara *naive realisme* terhadap motivasi kerja karyawan, artinya *naive realisme* menurunkan motivasi kerja karyawan. Hasil temuan ini juga sesuai penelitian Jehn (1995) yang menunjukkan adanya *naive realisme* atau perbedaan individual seringkali justru menurunkan motivasi kerja karyawan. Hasil penelitian ini tidak sesuai penelitian Carnevale & Probst (1998) dan Van Dyne & Savedra (1996) oleh karena konflik kerja karena *naive realisme* menyebabkan munculnya kemauan mereka untuk saling menyatukan pemikiran antar karawan.

Hasil analisis variabel ketidaksetujuan (*disagreement*) mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap motivasi kerja. Artinya konflik kerja karena *disagreement* menyebabkan peningkatan motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Hal ini menunjukkan adanya *disagreement* atau ketidaksetujuan antar karyawan seperti tidak menyetujui gagasan, ide, dan cara kerja dalam bekerja justru dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Temuan ini mendukung temuan Edgar H.Schein (2005) bahwa dari rasa individualisme (tidak kompromi) kesinisan menyebabkan antar karyawan bersaing,

dari persaingan ini masing-masing individu atau kelompok menjadi semakin kohesif, perbedaan-perbedaan yang muncul sementara waktu dilupakan dan loyalitas yang semakin tinggi.

Hasil analisis variabel *intervence* mempunyai pengaruh positif tidak signifikan, artinya konflik kerja karena *intervence* dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Hal ini menunjukkan adanya *intervence* atau campur tangan antar karyawan seringkali justru meningkatkan motivasi kerja karyawan oleh karena dapat kooperatif dalam menyelesaikan pekerjaan. Temuan ini mendukung hasil penelitian Zhou & George (2001) dimana adanya *intervence* dapat membantu memberikan ide dan pertimbangan bagi anggota tim untuk menyelesaikan permasalahan tugasnya ataupun perselisihan yang dihadapi.

Hasil analisis variabel *emosional negative* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo. Artinya bentuk konflik karena *emosional negative* seperti kesinisan, ketidak kompromian antar karyawan secara signifikan meningkatkan motivasi kerja karyawan di industri kerajinan tersebut. Hasil temuan penelitian ini tidak mendukung peneliti terdahulu yaitu Barki dan Hartwick (2003), Amason (1996), Friedman (1998), serta Jehn (1995). Terjadinya *emosional negative* cenderung akan menghasilkan kurang harmonisan karyawan dalam bekerja, akibatnya memberikan dampak penurunan motivasi kerja Holahan & Mooney (2003). Hal ini terjadi di industri kerajinan rotan Desa

Trangsan, Gatak, Sukoharjo para karyawan dapat memahami bahwa terjadinya kurang harmonisan atau kesinisan antar karyawan tidak mengganggu proses kerja. Justru hal-hal yang menyangkut emosi negatif mereka singkirkan demi lancarnya proses kerja yang berarti “upah” akan didapatkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis data secara umum diperoleh ada pengaruh yang negatif antara dimensi konflik ketenagakerjaan karena kesalahan komunikasi (*miscommunication*) (koefisien -0,572) dan perbedaan harapan dengan kenyataan yang terjadi (*naive realisme*) (koefisien -1,009) terhadap motivasi kerja karyawan. Artinya konflik kerja karena *miscommunication* dan perbedaan harapan dengan kenyataan yang terjadi (*naive realisme*) dapat menurunkan motivasi kerja karyawan. Sedangkan ada empat dimensi konflik hubungan kerja yaitu konflik karena kesalahan dalam menilai sifat (*faulty attribution*) (koefisien 0,732), ketidaksetujuan antar anggota (*disagreement*) (koefisien 0,804), campur tangan (*intervence*) (koefisien 0,663) dan emosi negatif (*negative emotion*) (koefisien 0,831) mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan.

Penelitian ini menghasilkan temuan baru pada dimensi konflik kesalahan dalam menilai sifat (*faulty attribution*) dan emosi negatif (*negative emotion*) ternyata mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan. Disamping itu penelitian ini sekaligus juga menambah pemahaman hasil penelitian Grenberg & Baron (2000) ; Barki & Hartwick (2003). Sebab penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata kesalahan dalam menilai sifat

(*faulty attribution*) dan emosi negatif (*negative emotion*) dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Dari hasil analisis penelitian ini disarankan bagi pengelola industri kerajinan rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo untuk mengelola konflik ketenagakerjaan terutama dalam bentuk kesalahan komunikasi (*miscommunication*) dan perbedaan harapan dengan kenyataan yang terjadi (*naive realisme*). Pengelolaan ini penting mengingat konflik ketenagakerjaan pada dasarnya tidak dapat dihilangkan tetapi bisa di kelola. Pengelolaan tersebut misalnya dengan pemahaman pada karyawan tentang menanamkan perbedaan persepsi, pendapat dalam komunikasi, juga realitas harapan dengan prestasi kerja. Sedangkan pemahaman pada kesalahan dalam menilai sifat (*faulty attribution*), ketidaksetujuan (*disagreement*) antar anggota, campur tangan (*intervence*) dan emosi negatif (*negative emotion*) dapat di kontrol mengingat dimensi tersebut dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Daftar Pustaka

- Amason AC (1996), *Distinguishing the Effect of Functional and Dysfunctional Conflict on Strategic Decision Making : Revolving A Paradox for Top Management Groups*. Academy of Management Journal, 39 : 123-148
- Arikunto, Suharsimi (1991), *Manajemen Penelitian*, Penerbit Rhineka Cipta, Jakarta
- Barki dan Hartwick (2003), *Rethinking Interpersonal Conflict*. Cabier du GreSi, 03-10 : 1-31
- Bradford KD, String Fellow A, Weitz BA (2001), *Managing Conflict to Improve the Effectiveness of Ad Hoc*, Marketing Teams.
- Ghozali, Imam (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gibson. L & Ivancevich JM & Donnelly JH (1999), *Organizations* . Richard D. Irwin, Inc. (terjemah PT. Binarupa aksara, Jakarta, 1997)
- Greenberg J, and Baron, RA (2000). *Behavior in Organizations*, Prentice Hall Incorporation , Sevent edition, USA
- Cooper , Donald R and Schlinder, Pamela S (2003), *Business Research Methods*, 7th Edition, Mc Graww Hiull Book Company, USA
- De Dreu CKW, Van Vianen (2001), *Managing Relationship Conflict and Effectiveness of Organizational Teams*, Journal of Organizational Behavior, 22 : 309-328
- Gibson. L & Ivancevich JM (2005), *Organizations*. Richard D. Irwin, Inc. terjemah PT. Binarupa aksara, Jakarta
- Holahan PJ, Mooney AC (2003), *Understanding Conflict in Project Teams ; an Investagion of Organizational Task, and Team-Level Determinants*, Unpublished Confrencee.
- Jehn K (1995), *A Multimethods Examination of Benefits and Detriments of Intragroup*

- Conflict*. Administrative Science Quartely, 40 : 256-282
- Kreitner R & Kinicki A (2001), *Organizational Behavior*, Mc Graw Hill companies, Inc. New York
- Robbins, Stephen (2008), *Principle of Organization*, Prentice hall Incorporation, New Jersey, USA
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan (1995), *Metode Penelitian Survey*, Cetakan Kedua, PT Pustaka LP3S, Jakarta
- Sugiyono (1999), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandi dan Syakhroza, Ahmad (1999). *Kepemimpinan Transformasional*. Usahawan Th. XXIII (9) : 5 - 13
- Wibisono, Kunto (2005), *Manajemen Konflik Sebagai Variabel Pemoderasi Hubungan Antara Relation Conflict Dengan Kreativitas Dan Kepuasan Anggota Tim*, Benefit, BPPE UMS
- Yukl GA (1994), *Leadership in Organizations*, Prentice Hall Inc. Englewoods Cliffs, New Jersey, USA
- Zhou J, George JM (2001), *When Job Dissatisfaction Leads to Creativity : Encouraging the Exprassion of Voice*. Academy of Management Journal, 44 : 682-690

Peran Corporate Social Responsibility Disclosure Dalam Memediasi Mekanisme Corporate Governance Dan Earning Management Terhadap Corporate Financial Performance

Luluk Muhimatul Ifada

Siti Istiqomah

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

lulukmi_msi@yahoo.co.id

Abstract

The corporate social responsibility (CSR) has to be based on triple bottom lines those are social, environmental, and financial. The corporate governance mechanism is represented by managerial ownership, institutional ownership, proportion of independent commissioner board, and existence of audit committee. The objectives of this study is to examine the influence corporate governance mechanism to earnings management, CSR disclosure and corporate financial performance and examines the influence of earnings management to CSR disclosure and corporate financial performance. Beside that, this study also examines the influence of corporate governance mechanism to corporate financial performance mediated by earnings management and CSR disclosure and the influence of earnings management to corporate financial performance mediated by CSR disclosure. Earnings management and CSR as intervening variables in this study. This study takes 84 companies sample by purposive sampling in the manufacturing sector at the Indonesian Stock Exchange, which were published in financial report from 2007-2009. The analysis method used of this research is Partial Least Square (PLS) . The results of this study showed that: (1) corporate governance mechanism have positive correlation but not significant to earnings management and corporate financial performance. (2) corporate governance mechanism have positive significant influence to CSR disclosure. (3) earnings management have positive correlation but not significant to CSR disclosure and corporate financial performance. (4) earnings management and CSR disclosure doesn't intervening variables in the relation of corporate governance mechanism to corporate financial performance. (5) CSR disclosure doesn't intervening variable in the relation of earnings management to corporate financial performance.

Keyword : Corporate Governance Mechanism, Earnings Management, CSR disclosure, Corporate Financial Performance.

PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan kepada berbagai pihak diluar korporasi.

Laporan keuangan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi diantaranya kepada para investor dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan investasi dana mereka. Dalam penyusunan laporan

keuangan, dasar akrual dipilih karena lebih rasional dan adil dalam mencerminkan kondisi keuangan perusahaan secara riil, namun disisi lain penggunaan dasar akrual dapat memberikan keleluasaan kepada pihak manajemen dalam memilih metode akuntansi selama tidak menyimpang dari aturan Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku. Pilihan metode akuntansi yang secara sengaja dipilih oleh manajemen 'untuk tujuan manipulasi laba' disebut dengan *earnings management*.

Melihat kemungkinan keleluasaan praktik *earnings management* tersebut *stakeholder* mencoba mengambil langkah proaktif dengan melakukan kontrol yang ketat dan memperbaiki implementasi *corporate governance*. Untuk menghadapi kondisi tersebut, manajer berinisiatif untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi pertahanan untuk melindungi posisinya dalam perusahaan dan membangun kembali *relationship* dengan *stakeholder*. Selain itu *CSR disclosure* akan meningkatkan *firm value* dan reputasi (*brand image*) perusahaan serta meningkatkan *financial performance*. Untuk itu perlu adanya mekanisme *corporate governance* yang baik untuk mengontrol dan mengawasi implementasi dari aktivitas CSR ini untuk membatasi dan mengurangi praktik *earnings management* (Lilik *et al*, 2009). Aktivitas CSR diantaranya muncul sebagai sebuah respon atas tekanan masyarakat yang merasa dirugikan karena dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan. Jika awalnya perusahaan masih berkutat pada aspek finansial untuk menunjukkan keberhasilannya, tetapi kini perusahaan sudah memperhitungkan aspek

lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya melalui penerapan CSR. Berdasarkan UURI no 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada Bab V pasal 74 ayat 1-4, mengatur bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*Corporate Social & Environment Responsibility*).

Berbagai penelitian terkait variabel-variabel ini telah dilakukan sebelumnya namun hasilnya masih banyak terdapat kontradiksi. Penelitian terkait *corporate governance* dan *earnings management* oleh Yusriati dkk (2010) menemukan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dewan direksi dan komite audit berpengaruh signifikan terhadap *earnings management*. Sementara Ujiyanto dan Bambang (2007) dan Nurainun dan Vincent (2008) menemukan bahwa kepemilikan institusional dan ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap *earnings management*. Dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan dengan *earnings management* dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan dengan *earnings management*. Penelitian terkait *earning management* dan *CSR disclosure* oleh Lobo dan Zhou (2001), Veronica dan Bachtiar (2003) serta Chih, *et al* (2008) dalam Lilik *et al* (2009) menunjukkan bahwa *earnings management* berpengaruh negatif terhadap *CSR disclosure*. Sementara Prior *et al* (2008) dan Lilik *et al* (2009) menemukan pengaruh yang positif.

Pengaruh antara mekanisme *corporate governance* dan implementasi CSR

disclosure juga terdapat kontradiksi, seperti penelitian Haniffa *et al* (2005) dalam Lilik *et al* (2009) menemukan adanya pengaruh positif antara ukuran dewan direksi independen dengan *CSR disclosure*. Lilik *et al* (2009) juga menemukan pengaruh positif antara komite audit dengan *CSR disclosure*. Penelitian terkait *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* yang dilakukan oleh Theresiana (2005) menemukan bahwa *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sementara Yusriati dkk (2010) menemukan bahwa mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja keuangan.

Hasil riset mengenai *earnings management* terhadap *corporate financial performance* yang pernah dilakukan oleh Ujijanto dan Bambang (2007), Nurainun dan Vincent (2008) dan Yusriati dkk (2010), menemukan pengaruh tidak signifikan antara *earnings management* dengan *financial performance*. Hal ini menunjukkan bahwa ada atau tidaknya tindakan *earnings management* tidak berpengaruh terhadap *corporate financial performance*. Penelitian Mahoney *et al* (2003), Suratno *et al* (2006) dalam Dahlia dan Siregar (2008) terkait hubungan *CSR disclosure* dan kinerja keuangan menemukan bahwa pengungkapan aktivitas CSR terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *CSR disclosure* maka kinerja keuangan akan semakin tinggi pula.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Lilik *et al* (2009) yang menguji pengaruh *earnings management* dan mekanisme *corporate governance*

terhadap *CSR disclosure*. Populasi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2007-2009. Perusahaan manufaktur dipilih karena aktivitasnya mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan dan termasuk dalam tipe industri *high profile* yang kegiatannya berdampak langsung terhadap lingkungan. Peneliti menambahkan variabel baru yaitu *Corporate Financial Performance* berpijak pada penelitian Dahlia dan Siregar (2008) sebagaimana yang pernah dilakukan Balabanis, Phillips, dan Lyall (1988) yang menguji pengaruh *CSR disclosure* terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini juga menambahkan kepemilikan manajerial sebagai indikator mekanisme *corporate governance* berdasarkan teori dari *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI, 2001 dalam Ismail Solihin 2008). Adapun teknik analisis dalam penelitian ini tidak menggunakan regresi linear berganda melainkan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) dengan pertimbangan adanya model yang lebih kompleks dengan dua variabel intervening serta pengaruh jalur yang lebih luas.

Banyaknya permasalahan mengenai praktik *earnings management*, *CSR disclosure*, mekanisme *corporate governance* yang kurang baik serta dampaknya terhadap *financial performance* serta adanya kontradiksi penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk mengajukan judul penelitian “Peran *Corporate Social Responsibility Disclosure* dalam Memediasi Mekanisme *Corporate Governance* dan *Earning Management* Terhadap *Corporate Financial Performance*”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah mekanisme *corporate governance* yang diproksi dengan indikator dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komite audit berpengaruh terhadap *earnings management* ?
2. Apakah mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap *CSR disclosure* ?
3. Apakah mekanisme *corporate governance* berpengaruh langsung terhadap *corporate financial performance* ?
4. Apakah mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap *corporate financial performance* melalui *CSR disclosure*?
5. Apakah mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap *corporate financial performance* melalui *earnings management* ?
6. Apakah *earnings management* berpengaruh terhadap *CSR disclosure* ?
7. Apakah praktek *earnings management* berpengaruh secara langsung terhadap *corporate financial performance* ?
8. Apakah praktek *earnings management* berpengaruh terhadap *corporate financial performance* melalui *CSR disclosure* ?
9. Apakah *CSR disclosure* berpengaruh secara langsung terhadap *corporate financial performance* ?

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh mekanisme *corporate governance* (CG) terhadap *earnings management*, *CSR disclosure* dan *corporate financial performance* serta menguji pengaruh

earnings management terhadap *CSR disclosure* dan *corporate financial performance*. Selain itu penelitian ini juga menguji pengaruh mekanisme CG terhadap *corporate financial performance* yang dimediasi oleh *earnings management*, *CSR disclosure* sebagai variabel intervening dan pengaruh *earnings management* terhadap *corporate financial performance* yang dimediasi *CSR disclosure* sebagai variabel intervening.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan dan pemerintah, menjadi pertimbangan investor untuk mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan investasi serta menjadi referensi literatur sebagai salah satu sarana mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Corporate Governance, Earnings Management, dan Corporate Financial Performance

Pada dasarnya hubungan antara *agent* dan *principal* memang tidak bisa terlepas dari konflik dan perbedaan kepentingan. Munculnya asimetri informasi disebabkan karena informasi yang disampaikan *agent* kepada *principal* mengenai kondisi perusahaan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Richardson (1998) dalam Isnanta (2008), asimetri antara *agent* dan pemilik *principal* akan memberi kesempatan manajer untuk melakukan *earnings management*. Namun praktik *earnings management* dapat diatasi dengan mekanisme tata kelola perusahaan

yang baik (*good corporate governance*). Keberadaan dewan komisaris independen dalam melakukan kontrol aktivitas perusahaan sebagai pengawas dapat membatasi pihak manajemen untuk melakukan *earnings management*. Jensen dan Meckling (1976) dalam Lilik *et al* (2009) menemukan bahwa kepemilikan manajerial sebagai mekanisme *Corporate Governanace* berhasil mengurangi masalah keagenan dengan menyelaraskan kepentingan-kepentingan manajer dengan pemegang saham sehingga dapat mengurangi tindakan manajer dalam memanipulasi laba.

Jiambavo dkk (1996) menemukan bahwa nilai *discretionary accrual* berhubungan negatif dengan kepemilikan institusional. Jika pengelolaan laba tersebut efisien maka kepemilikan institusional yang tinggi akan meningkatkan pengelolaan laba tetapi jika pengelolaan laba yang dilakukan perusahaan bersifat oportunistik maka kepemilikan institusional yang tinggi akan mengurangi *Earnings Management* (Herawaty, 2009).

Komite audit merupakan mekanisme kontrol dalam *corporate governance* yang bertanggung jawab untuk meningkatkan fungsi sertifikasi audit dalam penyusunan laporan keuangan pada pihak eksternal (Lilik *et al*; 2009). Jadi dengan adanya kontrol dalam penyusunan laporan keuangan maka akan membatasi tindakan manajer dalam memanipulasi laba.

Manajemen laba dilakukan oleh manajer pada faktor-faktor fundamental perusahaan, yaitu dengan intervensi pada penyusunan laporan keuangan berdasarkan akuntansi

akrual. Padahal kinerja fundamental perusahaan tersebut digunakan oleh pemodal untuk menilai prospek perusahaan, yang tercermin pada kinerja saham. Manajemen laba yang dilakukan manajer pada laporan keuangan tersebut akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, yang selanjutnya akan mempengaruhi kinerja saham (Haris, 2004 dalam Ujijanto dan Bambang, 2007).

Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana usaha manajemen mengelola aset dan modalnya dengan baik agar menarik para investor. Pengelolaan aset dan modal suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ada. Jika pengelolaannya dilakukan dengan baik maka otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan menerapkan sistem *corporate governance* dengan baik, diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Cornett *et al.*, (2006) menemukan adanya pengaruh negatif signifikan antara mekanisme *corporate governance* terhadap manajemen laba, dan manajemen laba berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Jika mekanisme *corporate governance* semakin baik maka praktik manajemen laba akan berkurang dan kinerja keuangan akan meningkat. Hasil ini diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa CFROA merupakan fungsi positif dari indikator mekanisme *corporate governance*. Mekanisme *corporate governance* dapat mengurangi dorongan manajer melakukan *earnings management*, sehingga CFROA yang dilaporkan merefleksikan keadaan yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian tersebut diatas ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1 : mekanisme *corporate governance* berpengaruh negatif terhadap *earnings management*

H2 : *earnings management* berpengaruh positif terhadap *corporate financial performance*

H3 : mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate financial performance*

Mekanisme Corporate Governance, Earnings Management, CSR Disclosure, Corporate Financial Performance

Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance*. Perusahaan yang telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. Adanya komisaris independen sebagai pengawas dan kontrol aktivitas perusahaan dapat mengurangi motivasi manajer untuk melakukan manipulasi CSR disclosure dalam *annual report*. Komisaris independen mempunyai kapabilitas untuk mengevaluasi strategi dan kinerja manajer sehingga dapat menemukan dan memperbaiki kecurangan manajer (Donohoe dan Reed; 2007 dalam Lilik *et al*; 2009).

Tingkat kepemilikan manajemen tinggi maka aktivitas CSR bisa berjalan dengan mudah dan *sustainable*. Kepemilikan institusional mampu meningkatkan kualitas investasi yang berpengaruh terhadap CSR disclosure. Peningkatan

investasi akan mampu meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lilik *et al*, 2009). Keterlibatan Komite Audit dalam aktivitas perusahaan mampu meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam implementasi dan pengungkapan informasi CSR dalam *annual report* perusahaan (Rodgers *et al*; 2007 dalam Lilik *et al*; 2009). Penelitian Lilik *et al* (2009) menunjukkan bahwa secara simultan mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap CSR disclosure. Jika implementasi dari mekanisme *corporate governance* sudah baik maka CSR disclosure pun akan terlaksana dengan baik dan *sustainable*.

Tingkat kepercayaan yang tinggi dari *principal* kepada manajemen sebagai *agent* membuat manajer leluasa untuk melakukan *earnings management* dengan memanipulasi laporan keuangan untuk meningkatkan kompensasi. Ketika *stakeholder* menggugat dampak dari praktik *earnings management* tersebut manajer menggunakan CSR disclosure sebagai strategi pertahanan manajer (*managerial entrenchment strategy*) untuk melindungi kedudukannya (Prior *et al*, 2008 dalam Lilik *et al*, 2009). CSR disclosure terbukti dapat membangun kembali *relationship* perusahaan dengan *stakeholder* dan mendapat dukungan dari mereka. Hal ini menunjukkan bahwa *earnings management* berpengaruh positif terhadap CSR disclosure (Lilik *et al*; 2009).

Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berhubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan. Artinya, jika pengungkapan CSR-nya tinggi maka

kinerja keuangan pun akan meningkat. Aktivitas CSR mampu menjadi strategi perusahaan untuk meningkatkan *firm value* dan *brand image*, meningkatkan *return saham*, menarik investor, serta memelihara hubungan dengan *shareholder* dan investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan CSR dengan harapan agar mendapat respon positif pasar sehingga akan berpengaruh pada *corporate financial performance*.

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4 :mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*

H5 :*earnings management* berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*

H6 :*CSR disclosure* berpengaruh positif terhadap *corporate financial performance*

H7a :mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate financial performance* melalui *CSR disclosure*

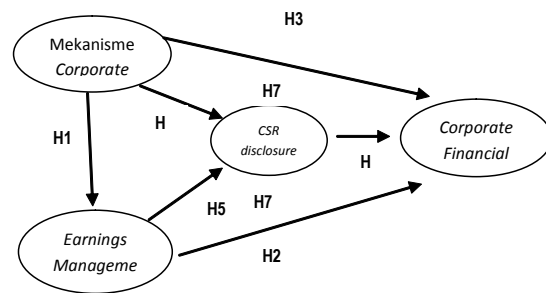
H7b :*earnings management* berpengaruh terhadap *corporate financial performance* melalui *CSR disclosure*

H7c : mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate financial performance* melalui *earnings management*.

Model Penelitian

Dari uraian kerangka pemikiran dan hipotesis diatas, model penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 1 sebagai

berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Data dan Sampel Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatori* atau kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007-2009. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan secara tidak acak dengan kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan manufaktur yang melaporkan *CSR disclosure* dalam laporan tahunan ataupun dalam website perusahaan pada tahun 2007-2009.
- Perusahaan yang melaporkan laba pada laporan keuangannya untuk periode pengamatan yaitu 2007-2009.
- Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunannya dalam Indonesian Capital Market Directory (ICMD) di BEI tahun 2007-2009.
- Perusahaan yang memiliki data mengenai proporsi komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan komite audit.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *content analysis*, suatu metode pengumpulan data penelitian

dengan menggunakan teknik observasi dan analisis terhadap isi atau pesan dari suatu dokumen dan metode dokumentasi.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Mekanisme Corporate governance

Corporate governance merupakan seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (Rustiarini, 2010). Mekanisme *corporate governance* dalam penelitian ini diproksi menggunakan ukuran dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit.

1. Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan. Proporsi dewan komisaris independen diukur dengan presentase jumlah dewan komisaris independen terhadap jumlah total dewan komisaris yang ada dalam perusahaan (Yusriati dkk 2010).
2. Kepemilikan manajerial, yaitu prosentase saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar (Ujiyanto dan Bambang, 2007).
3. Kepemilikan institusional, yaitu prosentase saham yang dimiliki oleh investor institusional dari seluruh modal saham yang beredar (Ujiyanto dan Bambang, 2007).
4. Keberadaan komite audit diukur dengan variabel dummy. Skor 1 untuk perusahaan yang mempunyai komite audit, dan 0 untuk perusahaan yang

tidak mempunyai komite audit dalam perusahaan (Lilik *et al*, 2009).

Earning management

Manajemen laba diproksikan dengan nilai *discretionary accrual* yang dilambangkan dengan (DA). *Discretionary accrual* dihitung dengan model Jones yang dimodifikasi (*modified Jones Model*) untuk mengukur tingkat manajemen laba. Model Jones yang dimodifikasi dipilih sebagai *proxy* dari *earning management* dikarenakan dianggap sebagai model yang paling baik dalam mendeteksi manajemen laba dibandingkan dengan model lain serta memberikan hasil yang paling kuat.

Model ini menggunakan *total accrual* (TACC) yang diklasifikasikan menjadi komponen *discretionary* (DA) dan *non discretionary* (NDA). Untuk mendapatkan nilai DTAC maka langkah pertama adalah mencari nilai TAC dengan rumus:

$$TACC_{it} = NI_{it} - CFO_{it} \dots\dots\dots (1)$$

Selanjutnya menghitung nilai total accrual yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS sebagai berikut :

$$TACC_{it}/TA_{it-1} = b_1(1/TA_{it-1}) + b_2(\Delta REV_{it}/TA_{it-1}) + b_3(PPE_{it}/TA_{it-1}) + e \dots\dots\dots (2)$$

Dengan menggunakan koefisien regresi diatas (b1, b2, b3) maka dapat dihitung nilai non discretionary accrual (NDA) dengan rumus :

$$NDA_{it} = b_1(1/TA_{it-1}) + b_2(\Delta REV_{it}/TA_{it-1}) - \Delta REC_{it}/TA_{it-1} + b_3(PPE_{it}/TA_{it-1}) + e \dots\dots\dots (3)$$

DA merupakan residual yang diperoleh dari estimasi total accrual (TACC) yang dihitung sebagai berikut:

$$DA_{it} = TACC_{it}/TA_{it-1} - NDA_{it} \dots\dots\dots (4)$$

Dimana:

NI it = Net Income pada tahun t
 CFO it = Arus kas aktivitas operasi pada tahun t
 TACC it = Total accrual pada tahun t
 DA it = *Discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t
 NDA it = *Non discretionary accrual* pada tahun t
 TA it -1 = Total Aset pada tahun t-1
 ΔREV it = Pendapatan pada tahun t dikurangi piutang pada tahun t-1
 ΔREC it = Piutang pada tahun t dikurangi piutang pada tahun t-1
 PPE it = *Property, Plan and equipment* yaitu Aktiva Tetap pada tahun t
 b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

CSR disclosure

CSR disclosure diproksi menggunakan indeks CSR berdasarkan *Global Reporting Initiatives (GRI)* yang diperoleh dari website www.globalreporting.org.

Indikator GRI yang digunakan meliputi : *economic* (9 item), *environment* (30 item), *labor practices* (13 item), *human rights* (9 item), *society* (8 item), dan *product responsibility* (9 item). Total item CSR disclosure menurut GRI adalah 78 item (Lilik et al, 2009). Perhitungan indeks CSR tersebut menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSRI diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan. Setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor perusahaan. Adapun rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j = *corporate social responsibility index* perusahaan j
 $\sum X_{ij}$ = jumlah *item* yang diungkapkan oleh perusahaan j,
 n_j = jumlah item pengungkapan CSR untuk perusahaan j, $n_j = 78$

Corporate Financial Performance

Salah satu parameter mengukur *financial performance* adalah menggunakan rasio *profitabilitas* yang diproksi menggunakan ROE. ROE mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Rata-rata Ekuitas}} \times 100\%$$

Teknik Analisis

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan pertimbangan bahwa SEM memiliki kemampuan untuk menggabungkan *measurement model* dengan *structural model* secara simultan dan efisien bila dibandingkan dengan teknik multivariate lainnya. Penggunaan model persamaan tersebut dengan aplikasi program "*Partial Least Squares*" (Ghozali, 2008).

Pengujian Hipotesis

Hipotesis akan diterima jika hasilnya diperoleh nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel pada tingkat kesalahan 10%. Dengan demikian, hipotesis diterima adalah T-statistik lebih dari 1,65 (nilai T > 1,65).

Berdasarkan gambar 1. uji pengaruh tidak langsung untuk menguji hipotesis intervening menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan apakah variabel *earnings management* variabel intervening antara mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* , maka berlaku ketentuan sebagai berikut :

Apabila nilai $H3 < (H1 \times H2)$ berarti variabel *earnings management* merupakan variabel intervening antara mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* karena nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung. Dan berlaku sebaliknya apabila nilai $H3 > (H1 \times H2)$.

2. Untuk membuktikan apakah variabel *CSR disclosure* adalah variabel intervening antara mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance*, maka berlaku ketentuan sebagai berikut:

Apabila nilai $H3 < (H4 \times H6)$ berarti variabel *CSR disclosure* adalah variabel intervening antara mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* karena nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung. Dan berlaku sebaliknya apabila nilai $H3 > (H4 \times H6)$.

3. Untuk membuktikan apakah variabel *CSR disclosure* adalah variabel intervening antara *earnings management* terhadap *corporate financial performance* maka berlaku ketentuan sebagai berikut :

Apabila nilai $H2 < (H5 \times H6)$ berarti variabel *CSR disclosure* adalah variabel intervening antara mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* karena nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung. Dan berlaku

sebaliknya apabila nilai $H2 > (H5 \times H6)$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Karakteristik utama kegiatan industri manufaktur adalah mengelola sumberdaya menjadi barang jadi melalui suatu proses pabrikasi. Oleh karena itu, aktivitas perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri manufaktur sekurang-kurangnya mempunyai tiga kegiatan utama. Ketiga kegiatan utama ini harus tercermin dalam laporan keuangan perusahaan pada industri manufaktur, yaitu :

1. Kegiatan untuk memperoleh atau menyimpan input atau bahan baku
2. Kegiatan pengolahan atau pabrikasi atau perakitan atas bahan baku menjadi barang jadi
3. Kegiatan menyimpan atau memasarkan barang jadi

Berdasarkan kriteria yang ditentukan pada bab sebelumnya, diperoleh sampel penelitian sebanyak 28 perusahaan manufaktur. Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) tahun, yaitu tahun 2007, 2008 dan 2009 yang pada masing-masing tahun diperoleh 28 sampel sehingga total sampel sebanyak 84 sampel perusahaan manufaktur. Data statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 1

Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INDP	84	.200	.667	.37768	.101778
MNJ	84	.000	.256	.07301	.084745
INST	84	.000	.878	.40530	.250560
AUD	84	.000	1.000	.89286	.311152
EM	84	-.279	.273	-.05137	.068163
CSR	84	.090	.550	.30167	.127731
CFP	84	-.544	.498	.06020	.154987
Valid N (listwise)	84				

Sumber : data yang diolah, 2011

Analisis Hasil Output PLS Outer Model (Measurement Model) Convergent Validity (Uji Unidimensionalitas)

Menguji Unidimensionalitas dari masing-masing konstruk dilakukan dengan melihat *convergent validity* dari masing-masing indikator konstruk. Suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *loading factor*-nya lebih dari 0,70. Sedangkan *loading factor* 0,50 sampai 0,60 masih dapat dipertahankan untuk model yang masih dalam tahap pengembangan (Imam Ghozali, 2008). Hasil output korelasi antar indikator dengan konstraknya seperti terlihat pada output tabel 2.

Tabel 2
Result for Outer Loadings
(Measurement Model) Sebelum
Eliminasi

	Original Sample Estimate	Mean of Subsamples	Standard deviation	T statistic
CG				
AUD	0.927	0.796	0.243	3.817
INDP	0.018	0.025	0.382	0.046
INST	-0.648	-0.524	0.302	2.143
MNJ	0.560	0.446	0.282	1.988
EM				
DA	1.000	1.000	0.000	
CSR				
Indeks CSR	1.000	1.000	0.000	
CFP				
ROE	1.000	1.000	0.000	

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Berdasarkan tabel *outer loadings*, proporsi dewan komisaris independen (INDP) dan indikator kepemilikan institusional (INST) harus dikeluarkan dari model karena memiliki *loading factor* masing-masing 0,018 dan -0,648 (kurang dari 0,50), sehingga model harus dire-estimasi kembali dengan membuang indikator-indikator tersebut. Setelah dilakukan eliminasi output yang memiliki *loading*

factor <0,50 maka diperoleh hasil output seperti digambarkan pada tabel 3.

Tabel 3
Result for Outer Loadings
(Measurement Model)
Setelah Eliminasi

	original sample estimate	Mean of subsamples	Standard deviation	T Statistic
CG				
AUD	0.958	0.905	0.127	7.550
MNJ	0.554	0.514	0.302	1.837
EM				
DA	1.000	1.000	0.000	
CSR				
Indeks CSR	1.000	1.000	0.000	
CFP				
ROE	1.000	1.000	0.000	

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Setelah mengeliminasi indikator yang memiliki *loading factor* < 0,50 maka pada lampiran Tabel 3 menunjukkan bahwa masing-masing indikator dari konstruk sudah memiliki *loading factor* lebih dari 0,50 (>0,50). Terlihat bahwa nilai *loading factor* dari variabel mekanisme *corporate governance* yaitu komite audit (AUD) sebesar 0,958 dan kepemilikan manajerial sebesar 0,554. Sedangkan nilai *loading factor* untuk masing-masing indikator variabel *earnings management* (DA), *CSR disclosure* (Indeks CSR) dan *corporate financial performance* (ROE) adalah 1. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk mempunyai reliabilitas yang baik (*unidimensionalitas*).

Composite Reliability

Imam Ghozali (2008) *Composite reliability* juga dapat dilihat dari nilai *reability* suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extract* (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika memiliki nilai *composite*

reliability diatas 0,70 (*reliability* > 0,50) dan AVE berada diatas 0,50 (AVE > 0,50). Pada Tabel 4 dalam lampiran disajikan nilai *composite reliability* dan AVE untuk masing-masing variabel.

Tabel 4
Composite Reliability

	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CG	0.747	0.612
EM	1.000	1.000
CSR	1.000	1.000
CFP	1.000	1.000

Sumber : Data yang diolah, 2011

Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk semua variabel memiliki *composite reliability* > 0,70 dan nilai AVE > 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabilitas.

Dicriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* untuk melihat seberapa baik nilai validitas masing-masing konstruk. Imam Ghazali (2008) menjelaskan bahwa pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai akar AVE untuk setiap konstruk dan membandingkannya dengan korelasi antar konstruk. Model konstruk dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik, jika akar AVE untuk setiap konstruk dalam model lebih tinggi dari korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (AVE > korelasi antar konstruk). Nilai AVE dan Perbandingan nilai akar AVE dan korelasi antar konstruk disajikan pada tabel 5 dan tabel 6.

Tabel 5
Nilai Average variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
CG	0.612
EM	1.000
CSR	1.000
CFP	1.000

Sumber : data yang diolah, 2011

Tabel 6
Perbandingan Nilai Akar AVE dan Korelasi Konstruk

	CG	EM	CSR	CFP
CG	1.000			
EM	0.154	1.000		
CSR	0.351	0.164	1.000	
CFP	0.065	0.106	0.125	1.000

Keterangan : kolom diagonal adalah nilai akar AVE

Dari perhitungan diketahui bahwa akar AVE untuk semua variabel lebih besar daripada korelasi konstruk antar variabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik (akar AVE > korelasi konstruk).

Inner Model (Structural Model)

Pengujian *inner model* dilakukan dengan melihat nilai *R Square* dan hubungan antar konstruk. Pengujian *inner model* merupakan pengujian dari hubungan antar variabel laten. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan adalah 1.65 dimana apabila nilai *T* hitung < *T* tabel (1,65) maka hipotesis alternatif (*H_a*) akan ditolak, atau dengan kata lain menerima hipotesis nol (*H_o*) pada *level of error* 10% (Imam Ghazali, 2005) Sedangkan batas nilai untuk *R Square* adalah 1.00. Nilai *R Square* dikatakan tinggi jika semakin mendekati 1.00 (0.7-1.00), dan dikatakan rendah jika menjauh dari 1.00 (< 0.50). Nilai *R Square* yang tinggi menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini mampu

menjelaskan variabel dependen dengan sangat baik, tetapi jika nilai *R square* rendah berarti variabel independen kurang mampu atau hanya mampu menjelaskan sedikit menjelaskan variabel dependen (Imam Ghazali, 2005). Nilai *R Square* dan output estimasi parameter pada masing-masing variabel penelitian ini, ditunjukkan dalam tabel 7 dan 8.

Tabel 7

Estimasi Parameter dan Uji Signifikansi path

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
CG → EM	0.154	0.158	0.148	1.041
CG → CSR	0.334	0.345	0.114	2.914
EM → CSR	0.112	0.105	0.122	0.921
CG → CFP	0.014	0.030	0.200	0.072
EM → CFP	0.087	0.040	0.185	0.471
CSR → CFP	0.106	0.145	0.141	0.751

Sumber : data yang diolah, 2011

Tabel 8

Nilai R-Square

	R-Square
CG	
EM	0.024
CSR	0.135
CFP	0.023

Sumber : Data yang diolah, 2011

Dari tabel 7 dan 8 menunjukkan bahwa model hubungan semua variabel adalah positif, tetapi nilai *R-Square* nya sangat rendah yaitu jauh dibawah 1.00.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil dari pengujian hipotesis pertama pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *earnings management* diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0.154 dan nilai T hitung sebesar 1.041. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa nilai T-hitung lebih kecil dari nilai T-tabel (1.65). Dengan demikian **Hipotesis 1 ditolak** pada *level of error* 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara variabel mekanisme *corporate governance* terhadap *earnings management*.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil dari pengujian hipotesis kedua, pengaruh *earnings management* terhadap *corporate financial performance* diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0.087 dan nilai T hitung sebesar 0.471. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai T-hitung lebih kecil dari nilai T-tabel (1.65). Dengan demikian **Hipotesis 2 ditolak** pada *level of error* 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara variabel *earnings management* terhadap *corporate financial performance*.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0.114 dan nilai T hitung sebesar 0.072. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai T-hitung lebih kecil dari nilai T-tabel (1.65). Dengan demikian **Hipotesis 3 ditolak** pada *level of error* 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara variabel mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance*.

Pengujian Hipotesis Keempat

Hasil dari pengujian hipotesis keempat, pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *CSR disclosure* diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0.334 dan nilai T hitung sebesar 2.914. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa nilai T-hitung lebih besar dari nilai T-tabel (1.65). Dengan demikian **Hipotesis 4 diterima** pada *level of error* 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel mekanisme *corporate governance* terhadap *CSR disclosure*.

Pengujian Hipotesis Kelima

Hasil dari pengujian hipotesis kelima pengaruh *earnings management* terhadap *CSR disclosure* diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0.112 dan nilai T-hitung sebesar 0.921. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai T-hitung lebih kecil dari nilai T-tabel (1.65). Dengan demikian **Hipotesis 5 ditolak** pada *level of error* 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara variabel *earnings management* terhadap *CSR disclosure*.

Pengujian Hipotesis Keenam

Hasil dari pengujian hipotesis keenam, pengaruh *CSR disclosure* terhadap *corporate financial performance* diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0.106 dan nilai T hitung sebesar 0.751. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai T-hitung lebih kecil dari nilai T-tabel (1.65). Dengan demikian **Hipotesis 6 ditolak** pada *level of error* 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara variabel *CSR disclosure* terhadap *corporate financial performance*.

Pengujian Hipotesis Ketujuh

Pengujian Hipotesis 7a

Berdasarkan uji hipotesis diatas hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pengaruh langsung mekanisme CG terhadap CFP sebesar 0.114. Sedangkan pengaruh tidak langsung mekanisme CG terhadap CFP melalui CSR adalah $0.334 \times 0.106 = 0.035$. Hasil di atas menunjukkan bahwa

nilai perhitungan pengaruh tidak langsung sebesar 0.035 lebih kecil dari pengaruh langsung sebesar 0.114. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 7a ditolak**, bahwa variabel *CSR disclosure* bukan merupakan variabel intervening terhadap hubungan antara mekanisme *corporate governance* dan *corporate financial performance*.

Pengujian Hipotesis 7b

Berdasarkan uji hipotesis diatas hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pengaruh langsung EM terhadap CFP sebesar 0.087. Pengaruh tidak langsung EM terhadap CFP melalui CSR adalah $0.112 \times 0.106 = 0.012$. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai perhitungan pengaruh tidak langsung sebesar 0.012 lebih kecil dari pengaruh langsung sebesar 0,087. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 7b ditolak**, bahwa variabel *CSR disclosure* bukan merupakan variabel intervening terhadap hubungan antara *earnings management* dan *corporate financial performance*.

Pengujian Hipotesis 7c

Berdasarkan uji hipotesis diatas hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pengaruh langsung mekanisme CG terhadap CFP sebesar 0.114. Sedangkan pengaruh tidak langsung mekanisme CG terhadap CFP melalui EM adalah $0.154 \times 0.087 = 0.014$. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai perhitungan pengaruh tidak langsung sebesar 0.014 lebih kecil dari pengaruh langsung sebesar 0.114. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 7c ditolak**, bahwa variabel *earnings management* bukan merupakan variabel intervening terhadap hubungan antara mekanisme *corporate governance* dan *corporate financial performance*.

Pembahasan**Pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *earnings management***

Penelitian ini menemukan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *earnings management*. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Ujiyanto dan Bambang (2007), Nurainun dan Vincent (2008) dan Yusriati dkk (2010) yang menyatakan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *earnings management*.

Cornett *et al* (2006) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dan institusional akan membuat manajer merasa terikat untuk memenuhi laba dari investor sehingga akan tetap melakukan manajemen laba. Adanya komite audit dan proporsi dewan komisaris independen tidak mampu mengendalikan pengawasan manajemen karena adanya komisaris independen dimungkinkan hanya untuk pemenuhan regulasi saja bukan untuk menegakkan *good corporate governance* sehingga masi terjadi praktek manajemen laba. (Ujiyanto dan Bambang 2007).

Implementasi mekanisme *corporate governance* melalui indikator kepemilikan manajerial dan institusional, proporsi dewan komisaris independen dan komite audit terbukti tidak mampu mengurangi praktik *earnings management*. Arah koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tingginya implementasi mekanisme *corporate governance* akan meningkatkan timbulnya *earnings management*.

Pengaruh *earnings management* terhadap *corporate financial performance*

Penelitian ini menemukan bahwa variabel *earnings management* terhadap *corporate financial performance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Nurainun dan Vincent (2008) yang menemukan pengaruh signifikan antara *earnings management* terhadap *corporate financial performance*.

Namun hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ujiyanto dan Bambang (2007) dan Yusriati dkk (2010) yang juga menemukan pengaruh tidak signifikan antara *earnings management* terhadap *corporate financial performance*. *Discretionary accrual* sebagai proksi dari *earnings management* tidak mampu sepenuhnya memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan (Ujiyanto dan Bambang, 2007). Lemahnya pengaruh tersebut dapat dikarenakan ROE merupakan salah satu pengukuran kinerja perusahaan yang dapat meniadakan pengaruh penggunaan perlakuan akuntansi yang berbeda terhadap suatu transaksi (Pradono 2004 dalam Ujiyanto dan Bambang 2007). Arah koefisien positif menunjukkan bahwa jika *earnings management* meningkat maka *corporate financial performance* juga akan meningkat.

Pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance*

Penelitian ini menemukan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *corporate financial performance*. Hasil ini sejalan dengan hasil

penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Theresiana (2005) dan Yusriati dkk (2010) yang menemukan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *corporate financial performance*.

Implementasi mekanisme *corporate governance* melalui indikator kepeerrrilikan manajerial dan institusional, proporsi dewan komisaris independen dan komite audit terbukti tidak mampu mempengaruhi *corporate financial performance* secara signifikan. Hal ini dimungkinkan karena implementasi mekanisme *corporate governanc* yang masih belum memenuhi kriteria *good corporate governance* sehingga kendali manajemen untuk mempengaruhi kinerja keuangan tidak berjalan efektif. Arah koefisien positif menunjukkan bahwa jika mekanisme *corporate governance* tinggi maka *corporate financial performance* juga akan tinggi.

Pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *CSR disclosure*

Penelitian ini menemukan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR disclosure*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lilik *et al* (2009) yang juga menemukan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR disclosure*.

Implementasi mekanisme *corporate governance* melalui indikator kepemilikan manajerial dan institusional, proporsi dewan komisaris independen dan komite audit

terbukti mampu mempengaruhi efektivitas implementasi aktivitas CSR. Semua pihak yang terlibat dalam mekanisme *corporate governance* telah melakukan perannya masing-masing dalam rangka mengontrol dan mengawasi implementasi CSR sehingga aktivitas CSR dapat berjalan efektif. Arah koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tingginya implementasi mekanisme *corporate governance* akan meningkatkan efektivitas *CSR disclosure*.

Pengaruh *earnings management* terhadap *CSR disclosure*

Penelitian ini menemukan bahwa variabel *earnings management* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *CSR disclosure*. Hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lilik *et al* (2009) yang menemukan bahwa variabel *earnings management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR disclosure*.

CSR disclosure menjadi strategi pertahanan (*entrenchment strategy*) bagi manajer untuk menutupi praktek *earnings management* yang dilakukannya sekaligus berusaha membangun image positif untuk menarik investor maupun lingkungannya (Prior *et al*; 2008 dalam Lilik *et al*; 2009).

Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CSR disclosure* tidak bisa dikatakan sebagai strategi pertahanan manajer atas tindakan manipulasi laba yang dilakukannya, karena *earnings management* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *CSR disclosure*. Hal ini bisa diartikan bahwa perusahaan melakukan *CSR disclosure* atas kesadaran terhadap dampak lingkungan yang dihasilkannya

ataupun karena regulasi pemerintah yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan CSR bukan sebagai *entrenchment strategy* untuk menutupi tindakan *earnings management*.

Pengaruh CSR disclosure terhadap corporate financial performance

Diantara motivasi pengungkapan CSR oleh perusahaan selain sebagai wujud akuntabilitas perusahaan terhadap lingkungan dan regulasi pemerintah adalah bahwa CSR disclosure diharapkan dapat meningkatkan *firm value* dan *image* positif bagi perusahaan, serta meningkatkan *corporate financial performance*. Penelitian ini menemukan bahwa CSR disclosure memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap *corporate financial performance*. Hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2009) yang menemukan bahwa variabel CSR disclosure memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate financial performance*.

Hasil ini menunjukkan bahwa CSR disclosure tidak mampu memenuhi harapan perusahaan karena ternyata CSR disclosure tidak berpengaruh terhadap *corporate financial performance*. Hal ini dimungkinkan karena tingkat pengungkapan CSR disclosure pada perusahaan manufaktur masih tergolong rendah yakni hanya rata-rata 30% dari total 78 item CSR sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate financial performance*. Jadi perusahaan melakukan aktivitas CSR disclosure atau tidak, tidak berdampak pada *corporate financial performance*.

Pengaruh mekanisme corporate governance terhadap corporate financial performance melalui CSR disclosure

Berdasarkan hasil pengujian dan perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel CSR disclosure bukan merupakan variabel intervening yang memediasi hubungan antara mekanisme corporate governance terhadap *corporate financial performance*. Hal ini ditunjukkan bahwa hasil perkalian koefisien pengaruh mekanisme corporate governance terhadap *corporate financial performance* melalui CSR disclosure (0.035) lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung mekanisme corporate governance terhadap *corporate financial performance* (0.114).

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya rasio mekanisme corporate governance akan memberikan pengaruh langsung terhadap *corporate financial performance* tanpa memperhatikan CSR disclosure. Jadi dapat disimpulkan CSR disclosure bukan merupakan variabel intervening dalam hubungan mekanisme corporate governance dan *corporate financial performance*.

Pengaruh earnings management terhadap corporate financial performance melalui CSR disclosure

Berdasarkan hasil pengujian dan perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel CSR disclosure bukan merupakan variabel intervening yang memediasi hubungan antara *earnings management* terhadap *corporate financial performance*. Hal ini ditunjukkan bahwa hasil perkalian koefisien pengaruh *earnings management* terhadap *corporate financial performance* melalui CSR disclosure (0.012) lebih kecil

dibandingkan dengan pengaruh langsung *earnings management* terhadap *corporate financial performance* (0.087).

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya rasio *earnings management* akan memberikan pengaruh langsung terhadap *corporate financial performance* tanpa memperhatikan *CSR disclosure*. Jadi dapat disimpulkan bahwa *CSR disclosure* bukan merupakan variabel intervening dalam hubungan *earnings management* dan *corporate financial performance*.

Pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* melalui *earnings management*

Berdasarkan hasil pengujian dan perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *earnings management* bukan merupakan variabel intervening yang memediasi hubungan antara mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance*. Hal ini ditunjukkan bahwa hasil perkalian koefisien pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* melalui *earnings management* (0.014) lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate financial performance* (0.114). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya rasio mekanisme *corporate governance* akan memberikan pengaruh langsung terhadap *corporate financial performance* tanpa memperhatikan *earnings management*. Jadi dapat disimpulkan bahwa *earnings management* bukan merupakan variabel intervening dalam hubungan mekanisme *corporate governance* dan *corporate financial performance*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Terdapat hubungan positif tetapi tidak signifikan antara variabel mekanisme *corporate governance* terhadap *earnings management*. Karena kurangnya kontrol dari *stakeholder* dan implementasi mekanisme *corporate governance* menyebabkan belum berjalan efektif sehingga perusahaan tidak mampu mengurangi praktek *earnings management*. Tindakan *earnings management* memiliki arah koefisien positif terhadap *corporate financial performance* tetapi tidak mampu mempengaruhi *corporate financial performance*. *Discretionary accrual* sebagai proksi dari *earnings management* tidak mampu menggambarkan kenaikan atau penurunan laba kaitannya dengan *corporate financial performance* (ROE) yang diakibatkan oleh praktek *earnings management*.

Pengungkapan aktivitas CSR tidak mampu memenuhi harapan perusahaan untuk meningkatkan *firm value* dan *corporate financial performance*. *CSR disclosure* pada perusahaan manufaktur di Indonesia masih tergolong rendah (30% dari 78 item CSR) sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate financial performance* walaupun arah koefisiennya positif. Integrasi peran antar masing-masing partisipan dalam mekanisme *corporate governance* belum berjalan efektif sesuai kriteria *good corporate governance* sehingga meskipun memiliki hubungan positif, tetapi mekanisme *corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *corporate financial performance*.

Perusahaan melakukan *CSR disclosure* bukan sebagai strategi pertahanan (*entrenchment strategy*) untuk menutupi *earnings management* tetapi karena kesadaran terhadap dampak lingkungan dan regulasi pemerintah. Jadi adanya praktek *earnings management* tidak berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure* meskipun arah koefisien hubungannya positif. Hubungan mekanisme *corporate governance* terhadap *CSR disclosure* menunjukkan hasil positif dan signifikan. Implementasi mekanisme *corporate governance* yang berjalan efektif sesuai dengan peran masing-masing partisipan dalam perusahaan berdampak positif pada pengungkapan *CSR* dalam *annual report*. Variabel *CSR disclosure* bukan merupakan variabel intervening terhadap hubungan antara mekanisme *corporate governance* dan *earnings management* terhadap *corporate financial performance*. Mekanisme *corporate governance* dan *earnings management* akan memberikan pengaruh langsung terhadap *corporate financial performance* tanpa memperhatikan ada atau tidaknya *CSR disclosure*. Mekanisme *corporate governance* dan akan memberikan pengaruh langsung terhadap *corporate financial performance* tanpa memperhatikan ada atau tidaknya praktek *earnings management*. Jadi *earnings management* bukan merupakan variabel intervening terhadap hubungan antara mekanisme *corporate governance* dan *corporate financial performance*.

Saran Bagi Penelitian Mendatang

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan di atas, maka saran untuk penelitian yang akan datang antara lain :

a. Mengidentifikasi variabel lain yang

berpengaruh terhadap hubungan mekanisme *corporate governance*, *earnings management*, *CSR disclosure* dan *corporate financial performance* kinerja seperti; *firm value*, *market performance*, dan sebagainya.

b. Saran bagi manajemen perusahaan penting untuk memberikan perhatian khusus terhadap fenomena *earnings management* dalam kaitannya dengan pelaksanaan *good corporate governance*.

Daftar Pustaka

- Balabanis, George, Phillips, Hugh C., Lyall, Jonathan, "Corporate Social Responsibility & Economic Performance in the Top British Companies: Are They Linked ?", *European Business Review*, Vol. 98, No.1, 1988, pp. 25-44.
- Cornett M. M, J. Marcuss, Saunders dan Tehranian H. 2006. "Earnings Management, Corporate Governance, and True Financial Performance". <http://papers.ssrn.com/>
- Dahlia, Lely, Sylvia Veronica Siregar. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan". Pontianak : Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Fatayatiningrum, Desi. 2011. "Analisis Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Corporate Environment Disclosure. Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fariq, Alfian Nur. 2009. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Reaksi Investor

- (studi kasus pada perusahaan *low profile* sektor properti, retailer dan asuransi yang tercatat di BEI)". Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Yusriati, Nur F, Yuli Prasetyo dan Eliada Herwiyanti 2010. "Pengaruh Penerapan CG terhadap Timbulnya *Earnings Management* dalam Menilai Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan di Indonesia". Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol 12, no 2, Agustus 2010, Hlm 68-80.
- Ghozali, Imam. 2005. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. "*Structural Equation Modeling* Metode Alternatif dengan *Partial Least squares*". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Julia., 2005, "Pengaruh Manajemen Laba pada Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Termasuk dalam Indeks LQ-45", Solo : Simposium Nasional Akuntansi VIII, 15-16 September 2005, 2005: 117-135
- Herawaty, Vinola. 2009. "Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderating dari Pengaruh *Earnings Management* terhadap Nilai Perusahaan". Palembang : Simposium Nasional Akuntansi XII.
- Isnanta. 2008. "Pengaruh *Corporate Governance* dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan". Yogyakarta : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. (1976). "*Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*". Journal of Financial Economics 3. hal. 305-360.
- Kartika, Eko, Dody. 2010. "*Corporate social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan". Purwokerto : Simposium Nasional Akuntansi XIII.
- Kurniawan, Gigih. 2008. "*Earnings Management, Corporate Governance* dan Kinerja Keuangan Perusahaan". Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
- Lilik, Sutrisno, Grahita Chandrarin. 2009. "*The Effect of Earnings Management and Corporate Governance Mechanism to CSR disclosure*". Palembang : Simposium Nasional Akuntansi XII.
- Nahdia, Dian Rizqiyani. 2011. "*Financial Performance* : Studi Empiris Pengaruh *Corporate Governance* dan Manajemen Laba". Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (Tidak dipublikasikan).
- Nurainun, Vincent. 2008. "Analisis Hubungan komponen *Good Corporate Governance* terhadap Manajemen Laba dengan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI". Jurnal Akuntansi XII, no 03, September 2008, Hlm 289-302.
- Rahayu, Sri. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social*

- Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi”. Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Nurkhin, Akhmad. 2009. “*Corporate Governance* dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta)”. Semarang : Tesis. Magister Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Rawi, Munawar, Muchlish. 2010. “Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, *Leverage* dan CSR”. Purwokerto : Simposium Nasional akuntansi XIII.
- Rustiarini, Ni wayan. 2010, “Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan”. Purwokerto : Simposium Nasional Akuntansi XIII.
- Sayekti, Wondabio. 2007.” Pengaruh CSR *Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)”. Makasar : Simposium Nasional Akuntansi X.
- Solihin, Ismail. 2008. “*Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*”. Jakarta : Salemba Empat.
- Suntari. 2011- “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”. Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (Tidak dipublikasikan).
- Susanti, Rosalina. 2011. “Pengaruh IQ, Kecerdasan Emosional terhadap Pemahaman IFRS dengan Minat sebagai Variabel Pemoderasi”. Semarang: Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (Tidak dipublikasikan).
- Theresiana. 2005. “Hubungan antara *Good Corporate Governance* dan Struktur Kepemilikan dengan Kinerja Keuangan”. Solo : Simposium Nasional Alantansi VIII, 15-16 September 2005.
- Triyani, Agus. 2011. “Pengaruh Profil Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Laporan Keuangan : Implikasinya terhadap Opini audit *Going concern*”. Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (Tidak dipublikasikan).
- Ujiyantho, Muh. Arief, Bambang Pramuka. 2007, “Mekanisme *Corporate Governance*, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan”. Makasar : Simposium Nasional Akuntansi X.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- Watts, R.L. dan J.L Zimmerman. *Positive Accounting Theory*. New Jersey : Prentice Hall, 1986.
- Zulaichah, Siti. 2011, “Pengaruh Perubahan Tarif pajak dan Sistem Hukum terhadap *Earnings Management* dengan *Corporate Governance* sebagai variabel Moderating”. Semarang : Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (Tidak dipublikasikan).

Referensi Website

Business for Social Responsibility,

“Overview of Corporate Social Responsibility”, dilihat pada tanggal

20 Januari 2008, <http://www.bsr.org/>

[CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48809](http://www.globalreporting.co.id/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48809)

www.globalreporting.co.id

www.idx.co.id

www.jsx.co.id

Perbandingan Pembiayaan Murabahah & Musyarakah Menurun Untuk Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Bank Syariah

Mohamad Heykal

Faculty Member at Bina Nusantara University

Abstract

Many financing that issued by Islamic banking sector in order to finance the various consumptive and productive product that issued by the Islamic banking. In this case, the majority contract that used is murabahah contract. On the other hand, there are also another contract that can be used for the consumptive product such as diminishing musharakah. This literature study research tried to shown and also compare this two kinds of financing scheme with the focus that financing scheme especially from Islamic banking to the consumptive sector will not burden the customer position. From this literature study it can be shown that the diminishing musharakah scheme could be one of the alternative financing from the Islamic banking.

Keywords : Murabahah, margin, diminishing, musharakah, bank

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia hingga saat ini menunjukkan hasil yang menggembirakan. Semenjak tahun 1992 hingga pada tahun 2010 telah berdiri 11 bank umum syariah dan 24 bank konvensional yang membuka unit usaha syariah serta 156 Bank Pembiayaan Syariah. Pangsa pasar perbankan syariah sendiri telah hampir mencapai 2% dari total pangsa pasar perbankan di Indonesia.

Perbankan syariah menunjukkan ketangguhannya pada medio awal krisis moneter yang menimpa Indonesia pada 1997 hingga 1998 yang merupakan masa terberat bagi seluruh sistem perekonomian Indonesia. Pada masa tersebut, ketangguhan perbankan syariah tidak lepas dari tingginya tingkat kepercayaan para nasabah perbankan syariah terhadap bank mereka, yaitu PT Bank Muamalat Indonesia

yang pada masa tersebut merupakan satu-satunya bank syariah di tanah air. Sementara perbankan konvensional justru dilanda ketidakpercayaan yang tinggi dari kalangan masyarakat.

Hal itu mengakibatkan banyak bank konvensional yang berusaha untuk menarik dana masyarakat dengan imbalan tingkat suku bunga tabungan dan deposito yang tinggi, bahkan ada yang mencapai 73%. Di lain pihak, tingkat suku bunga kredit hanya mencapai batas 35%. Bahkan dalam kenyataannya tidak ada yang mencapai nilai sebesar itu, karena rata-rata bank konvensional hanya berani memberikan kredit dengan tingkat bunga maksimal 30,74%. Yang terjadi akibatnya adalah bencana bagi perbankan konvensional karena adanya spekulasi yang tinggi di kalangan masyarakat untuk mempercayakan dana mereka dikelola oleh

perbankan konvensional dengan harapan akan mendapatkan bunga yang tinggi, sementara bank sendiri tidak diizinkan untuk memberikan kredit dengan bunga tinggi kepada masyarakat.

Hal inilah yang mengakibatkan banyak perbankan konvensional mengalami kesulitan keuangan dan mengakibatkan terjadinya *negative spread* yang sedemikian besar di perbankan konvensional yang pada akhirnya telah mengakibatkan tingginya biaya modal bagi sektor usaha yang berakibat merosotnya kemampuan usaha sektor produksi. Kualitas aset perbankan turun secara drastis. Sementara di saat itu pula dalam rangka bertahan hidup jajaran perbankan konvensional berusaha untuk terus menarik dana-dana masyarakat dengan memberikan imbalan yang tinggi kepada para deposan merereka sesuai dengan tingkat suku bunga pasar. Hal ini menimbulkan dampak negatif kepada sektor riil dan industri karena perbankan konvensional menghindari untuk memberikan kredit dengan bunga rendah kepada sektor tersebut. Ini mengakibatkan industri dan sektor produksi mengalami penurunan kinerja mereka secara signifikan dan mengakibatkan rendahnya kemampuan daya saing usaha pada sektor produksi.

Dalam masa tersebut justru perbankan syariah dapat menunjukkan kinerja yang relatif baik di bandingkan dengan lembaga perbankan konvensional. Hal ini dapat dilihat dari relatif lebih rendahnya penyaluran pembiayaan yang bermasalah (*non performing financing*) pada bank syariah dan tidak terjadinya *negative spread* dalam kegiatan operasionalnya. Hal tersebut dapat dipahami mengingat tingkat

pengembalian pada bank syariah tidak mengacu pada tingkat suku bunga tabungan dan deposito yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia karena perbankan syariah tidak menganut sistem bunga dan pada akhirnya dapat menyediakan dana investasi dengan "biaya" yang relatif lebih rendah kepada masyarakat.

Pengalaman historis itulah yang pada akhirnya memberikan harapan kepada masyarakat akan perkembangan perbankan syariah di Indonesia sebagai suatu alternatif dalam dunia perbankan nasional yang lebih bisa memberikan harapan bagi kalangan masyarakat.

Perbankan syariah merupakan perbankan yang bebas bunga dan beroperasi berdasarkan konsep *mudharabah* dan *musyarakah*, dan konsep ini dijalankan dengan sistem *Profit and Loss sharing* (PLS) atau bagi hasil, baik hasilnya berupa keuntungan ataupun kerugian. (Saeed, Hal2, 2003). Selain transaksi yang berbasis pada profit and loss sharing, perbankan syariah juga menerapkan transaksi yang berbasis pada perdagangan dengan konsep mark up atas harga beli untuk mendapatkan keuntungan atau pembiayaan *murabahah* serta dengan transaksi yang berdasarkan jasa atau fee based income yang dikenal dengan nama *wakalah* atau *kafalah* ataupun *rahn*.

Dari data statistik perbankan syariah pada Direktorat Bank Syariah Bank Indonesia pada tahun 2009 menunjukkan pembiayaan dengan akad *murabahah* mencapai 56,8% dari total pembiayaan yang ada di perbankan syariah, sementara pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang adalah

22,1 % dan 14,1% dari total pembiayaan yang ada. Dari fakta ini dapat dilihat bahwa pihak perbankan syariah masih sangat memperhatikan aspek kehati-hatian dalam pembiayaan *mudharabah* sehingga hasil yang diperoleh masih belum maksimal. Meskipun begitu, hasil ini menunjukkan bahwa sudah ada peningkatan porsi pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* bila dibandingkan pada tahun-tahun sebelumnya

Dari data statistik perkembangan perbankan syariah, terlihat bahwa bentuk pembiayaan *murabahah* memegang peranan penting yang memberikan porsi terbesar dalam penyaluran dana. Hal ini dapat terjadi karena beberapa hal, diantaranya dapat kita lihat dari penjelasan tentang *murabahah* itu sendiri. Dalam PSAK no 102 tentang akuntansi *murabahah* dikatakan bahwa *murabahah* merupakan transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dana keuntungan yang disepakati oleh pihak penjual dan pembeli. Dari pengertian tersebut maka dapat dilihat bahwa *murabahah* adalah pembiayaan investasi jangka pendek, dan dibandingkan dengan sistem profit and loss Sharing (PLS) cukup memudahkan.

Kemudian mark up yang ada di dalam pembiayaan *murabahah* dapat ditetapkan sedemikianrupasehinggadapatmemastikan bahwa bank syariah memperoleh keuntungan yang sebanding dengan bank yang berbasis bunga yang menjadi pesaing dari bank-bank syariah, meskipun dari segi konsep fiqh ekonomi dan keuangan syariah hal ini masih banyak diperdebatkan. Dan yang terakhir *murabahah* tidak memungkinkan bank-bank syariah untuk

mencampuri manajemen bisnis seperti yang terjadi pada akad *musyarakah* karena pihak bank bukan merupakan mitra nasabah, akan tetapi hubungan yang terjadi adalah hubungan antara kreditur dan debitur. Posisi ini jelas lebih disukai oleh pihak bank, karena pihak bank menjadi pihak yang cukup menentukan. Hal inilah yang membuat perbankan syariah masih fokus kepada pembiayaan berbasis *murabahah*.

Murabahah juga populer karena saat ini terlihat bahwa jajaran perbankan syariah cenderung ingin memperoleh pendapatan yang tetap (*fixed income*) dari tingkat margin *murabahah* yang telah ditentukan didepan tersebut, sehingga bank syariah sebagai *mudharib* dapat memberikan nisbah bagi hasil yang cukup menarik bagi para *shahibul mal*, yaitu para deposan dan penabung *mudharabah*. Semakin tinggi margin yang diminta bank kepada nasabah pembeli (*murabahah*) berarti semakin besar pula pendapatan bank syariah yang dapat dibagikan kepada para *shahibul-malnya*. Pada gilirannya sumber dana *mudharabah* yang dapat dihimpun dapat dipertahankan jumlahnya malah diharapkan semakin meningkat.

Hal hal itulah yang membuat banyak perbankan syariah yang lebih senang untuk mengedepankan konsep pembiayaan *murabahah* karena paling sederhana. Akan tetapi pembiayaan *murabahah* ini justru menimbulkan permasalahan baru, karena pada akhirnya menimbulkan salah persepsi di kalangan masyarakat bahwa pembiayaan *murabahah* yang ada di perbankan syariah sangat mirip dengan sistem pinjaman kredit bank konvensional yang menghitung bunganya secara *fixed/*

flat rate, terutama karena adanya faktor mark-up yang menggunakan suku bunga sebagai patokan, atau benchmark sehingga perbankan syariah bisa bersaing dengan bank-bank konvensional yang berbasis bunga. Selain itu masih banyak bank syariah yang memasukkan unsur bonus giro, bagi hasil tabungan dan deposito sebagai *cost of fund* dalam menetapkan margin sehingga jatuhnya lebih tinggi atau sama dengan bunga pinjaman.

Ini merupakan konsep yang keliru karena pada akhirnya akan membuat kesan bahwa bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional. Padahal, bank syariah merupakan bank yang mengharamkan bunga karena sama dengan riba dalam praktiknya dan menghalalkan jual beli, sesuai dengan konsep yang sudah ditegaskan di dalam Al-Qur'an. Apabila salah persepsi ini dibiarkan, akibatnya masyarakat tidak bisa lagi membedakan mana yang sistem bank syariah dan mana yang sistem konvensional. Pada akhirnya akan menurunkan citra ke-syariahan bank syariah dan menimbulkan keraguan bagi masyarakat untuk memilih bank syariah (Perwataatmadja, 2002). Karena itu juga perlu diteliti akad lain yang dapat digunakan oleh perbankan syariah yang berguna bagi kegiatan pembiayaan sektor berbasis konsumtif.

KAJIAN PUSTAKA

Seperti diketahui, landasan hukum bank syariah pertama kali adalah UU No.7 tahun 1992 kemudian berubah menjadi Undang-Undang No.10 tahun 1998 dimana UU tersebut mengakui keberadaan bank konvensional dan bank syariah secara berdampingan yang dikenal dengan sistem

“dual banking”. Bahkan secara lebih jauh lagi UU ini memungkinkan konversi sebuah bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Pada tahun 2008 pemerintah juga mengeluarkan UU khusus tentang perbankan syariah, yaitu UU No 21 tahun 2008.

Yang menjadi pertanyaan bagi banyak kalangan adalah bahwa sebagai bank syariah, pembiayaan *murabahah* untuk sektor konsumtif yang dikeluarkan oleh perbankan syariah seharusnya tidak menimbulkan pertanyaan bagi banyak orang. Akan tetapi, mengapa terjadi sebagian kritikan di kalangan masyarakat bahwa pembiayaan *murabahah* yang dikeluarkan oleh perbankan syariah di Indonesia hanya sekedar yang berganti baju serta dengan margin yang pada akhirnya memberatkan bagi si penerima pembiayaan. Apa yang sebenarnya terjadi serta menjadi dasar penetapan margin *murabahah* untuk pembiayaan sektor konsumtif yang dikeluarkan oleh perbankan syariah dan bisakah perbankan syariah menggunakan akad lain dalam pembiayaan sektor konsumtif yang dikeluarkan oleh perbankan syariah.

Sesuai dengan rumusan permasalahan di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian melalui studi literatur ini adalah dapat dilihatnya pembiayaan yang berguna dapat dilakukan oleh perbankan syariah. Secara spesifik, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah meneliti faktor yang berpengaruh terhadap pembiayaan berbasis *murabahah* dan juga mengetahui akad pembiayaan lain yang dapat digunakan untuk pembiayaan sektor konsumtif. Sementara itu, manfaat dan kontribusi lain

yang ingin disumbangkan dari penelitian ini adalah dapat dipahaminya akad pembiayaan murabahah yang dilengkapi dengan sistem perhitungan margin *murabahah* dan juga penggunaan akad musyarakah menurun, terutama yang berkaitan dengan kegiatan pembiayaan perbankan syariah. Bagi kalangan masyarakat awam, apa yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat yang selama ini sering menggunakan dan memanfaatkan pembiayaan *murabahah* namun tidak memahami mekanisme penetapan marginnya dan juga memberikan sebuah pandangan dan alternatif akad pembiayaan lain yang dapat dipergunakan.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah melalui studi kepustakaan yang didukung oleh beberapa hasil penelitian sebelumnya dimana penelitian sebelumnya banyak menggunakan analisis kuantitatif yaitu dengan menggunakan model ekonometrika. Penelitian ini sendiri merupakan pengembangan dan bentuk lain dari beberapa penelitian sebelumnya yang berupa studi kasus yang mengambil sampel pada pembiayaan yang diberikan beberapa bank syariah lain dengan mengembangkan teori akad musyarakah menurun sebagai teori perbandingan. Dari penelitian ini diharapkan akan menghasilkan suatu gambaran deskriptif mengenai akad mana yang bisa dipergunakan dengan lebih baik yang dapat dipakai oleh perbankan syariah untuk pembiayaan sektor konsumtif.

Dalam rangka penelitian yang dilakukan oleh penulis ini, maka penulis mendasarkannya pada beberapa penelitian

terdahulu yang sudah pernah dibuat mengenai berbagai kegiatan pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah. Di antara penelitian tersebut adalah makalah Karnaen Perwataatmadja yang bertema "Upaya Memurnikan Pelayanan Bank Syariah Di Indonesia, Khususnya Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah di Indonesia".

Dalam makalahnya, Karnaen menyarankan agar dalam penentuan margin pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah, bank melakukannya seperti praktik kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad. Hal ini dilakukan karena praktik dagang yang diterapkan oleh beliau menurut ijtihad para ulama secara mayoritas bisa diterapkan dalam pembiayaan *murabahah* yang memang berbasis jual beli dengan menggunakan beberapa pendekatan. Biaya yang telah dikeluarkan (cost recovery) bisa didekati dengan membagi proyeksi jumlah biaya operasional bank dengan target volume pembiayaan *murabahah*. Margin *murabahah* dalam konteks ini adalah cost recovery ditambah dengan tingkat keuntungan yang diinginkan bank. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga jual pada skim murabahah merupakan penjumlahan dari harga beli bank ditambah dengan cost recovery dan ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Sedangkan margin merupakan selisih dari harga jual dikurangi dengan harga beli. Rumusannya adalah :

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Bank} &= \text{Harga Beli Bank} + \\ &\quad \text{Cost Recovery} + \text{Keuntungan} \\ &\quad \text{Proyeksi Biaya} \\ \text{Cost Recovery} &= \frac{\text{Cost Recovery}}{\text{Target Volume}} \end{aligned}$$

Sumber: Perwataatmadja, 2005

Dari rumusan diatas yang dikatakan margin adalah penjumlahan antara biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan. Rumusan diatas juga memberikan petunjuk bahwa semakin efisien biaya operasi bank, maka akan semakin murah harga jual bank atau semakin tinggi peluang memperoleh keuntungan.

Demikian juga semakin besar target volume pembiayaan atau jumlah nasabah pembiayaan, akan semakin murah harga jual bank sehingga semakin tinggi peluang memperoleh keuntungan. Petunjuk lainnya adalah bahwa margin yang dihitung dari formula diatas kemudian dibandingkan dengan bunga pinjaman bank konvensional. Apabila margin harga jual bank syariah lebih tinggi dari bunga pinjaman bank konvensional maka dapat dilakukan beberapa kali peninjauan, yaitu : pertama, terhadap tingkat keuntungan, kedua terhadap proyeksi biaya operasi, dan ketiga terhadap target volume pembiayaan. Dengan kata lain margin harga jual bank syariah harus selalu diusahakan bersaing (lebih murah) dari bunga pinjaman bank konvensional. Dari rumusan ini terlihat bahwa dalam margin bank syariah dimana tidak terdapat unsur bagi hasil yang diberikan bank untuk nasabah penabung maupun deposan yang diperhitungkan, jadi formula diatas semata-mata menggunakan prinsip dagang Rasulullah SAW.

Selain itu, terdapat juga penelitian lain yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan margin pembiayaan murabahah dalam perbankan syariah. Penelitian Budi Asmita yang dibuat pada tahun 2004 yaitu yang berupa Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin

Pembiayaan Murabahah Dengan Studi Kasus BPRS PNM Mentari. Dari penelitian yang dilakukan tersebut ditunjukkan bahwa biaya overhead berpengaruh secara signifikan terhadap penentuan margin *murabahah* yang dikeluarkan oleh PT BPRS PNM Mentari. Berdasarkan teori yang ada ini sesuai dengan konsep pembiayaan *murabahah*, dimana penentuan margin keuntungan membolehkan adanya pembebanan biaya biaya yang dikeluarkan dalam rangka menunjang kelancaran transaksi.

Dalam hasil penelitiannya ditemukan bahwa secara rata-rata biaya overhead bulanan dimasukkan ke dalam margin *murabahah* yang dibebankan kepada para nasabah pembiayaan mereka. (Asmita, 2004). Selain itu, porsi bagi hasil DPK yang merupakan kewajiban bagi bank dalam rangka memberikan kompensasi kepada para nasabah ataupun deposannya juga berpengaruh secara sangat signifikan dalam penentuan margin murabahah pada penelitian yang dilakukan oleh Budi Asmita. Di sini terlihat bahwa obyek penelitiannya, yaitu PT BPRS PNM Mentari masih belum menjalankan konsep pembiayaan *murabahah* yang dikeluarkan secara syariah, karena dengan begitu menunjukkan bahwa PT BPRS PNM Mentari sebagai obyek penelitian Budi Asmita masih menerapkan konsep *cost of fund* yang biasa berlaku di dalam perbankan konvensional.

Yang menarik adalah, bahwa dari penelitian yang dilakukan tersebut terdapat bukti bahwa bank syariah yang dikajinya masih menerapkan konsep yang ada di dalam perbankan konvensional dalam melakukan

penetapan margin *murabahah*. Akan tetapi, konsep tersebut tidak dijadikan sebagai variabel bebas yang patut diteliti dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan margin *murabahah*. Variabel bebas tersebut adalah tingkat suku bunga pinjaman bank konvensional.

Variabel itulah yang kemudian ditambahkan oleh Heykal (2006) sebagai variabel bebas dalam penelitiannya di PT Bank Syariah Mandiri untuk melengkapi khazanah penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan margin pembiayaan *murabahah*. Selain itu Heykal (2006) juga memfokuskan obyek penelitian itu sendiri, dimana pembiayaan *murabahah* untuk produk pembiayaan pemilikan rumah yang dikeluarkan oleh PT Bank Syariah Mandiri. Peneliti saat itu mencoba untuk fokus pada satu produk agar penelitian yang dikerjakan menghasilkan kesimpulan yang tepat dan tidak akan menimbulkan interpretasi yang berbeda. Dalam penelitian itu yang menjadi variabel kontrol adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Budi Asmita, dimana ia memfokuskan pada tiga variabel bebas, yaitu beban bagi hasil DPK, biaya overhead dan profit target yang diinginkan. Selain ketiga variabel bebas tersebut, juga ditambahkan satu variabel penelitian lagi, yaitu tingkat suku bunga pinjaman bank konvensional. Ini diperlukan agar kesimpulan yang diambil menjadi lebih tepat. Sehingga model penelitian yang dilakukan oleh Heykal (2006) adalah

Margin Murabahah pembiayaan pemilikan rumah = a + b Biaya Overhead + b Porsi bagi hasil DPK + b Profit Target + b Tingkat bunga pinjaman bank konvensional

Dari penelitian yang dilakukan terlihat terdapat peranan biaya overhead berpengaruh secara signifikan terhadap penentuan margin *murabahah* untuk pembiayaan pemilikan rumah. Hal ini cukup masuk akal karena sangat wajar sekali bila biaya yang dikeluarkan dibebankan kedalam salah satu unsur penjualan dan pembelian di dalam suatu transaksi bisnis. Karena dalam operasional bank secara prinsip adalah mengumpulkan dana dan menyalurkan pembiayaan, maka semua biaya yang dikeluarkan untuk mendukung operasionalnya baik langsung maupun tidak langsung dapat digolongkan sebagai biaya overhead. Sedangkan yang dimaksud dengan porsi bagi hasil DPK adalah kewajiban yang harus dilakukan oleh pihak bank dalam memberikan kompensasi atau insentif kepada nasabah maupun pihak-pihak yang dananya dikelola oleh bank sesuai dengan kesepakatan nisbah bagi hasilnya dari awal. Begitu juga terhadap porsi bagi hasil DPK berpengaruh secara signifikan terhadap penetapan margin *murabahah*.

Sementara penetapan tingkat bunga pinjaman bank konvensional. Juga berpengaruh terhadap penentuan margin pembiayaan *murabahah*. Dalam kondisi sistem perbankan secara nasional yang ada sekarang ini, meskipun dikatakan “dual banking system”, akan tetapi dengan porsi perbankan syariah yang belum mencapai 50% dari porsi perbankan yang ada, bahkan baru mendekati 2%, maka tidak heran bila praktik ala perbankan konvensional kadang kala masih ada dan berlaku di perbankan syariah. Hal ini terbukti dari hasil pengujian yang dilakukan dimana tingkat bunga pinjaman bank konvensional

ternyata memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penetapan margin murabahah dari PT Bank Syariah Mandiri. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa secara keseluruhan keempat variabel bebas tersebut signifikan secara statistik dalam mempengaruhi margin murabahah PPR.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas tersebut dapat dilihat bahwa pembiayaan dengan basis murabahah, untuk keperluan konsumtif yang merupakan pembiayaan yang banyak dilakukan oleh bank syariah sekarang ini dikhawatirkan masih memasukkan faktor-faktor yang belum sesuai dengan syariah, seperti prinsip cost of fund yang dipergunakan untuk memberikan bagi hasil bagi nasabah dana pihak ketiga dan juga tingkat suku bunga bank konvensional. Karena itu perlu dipikirkan akad lain yang dapat digunakan untuk pembiayaan sektor konsumtif, yaitu akad musyarakah menurun. Akad ini sendiri berpola bagi hasil dimana dua belah pihak bermitra dalam rangka memiliki aset secara bersama-sama.

Aset yang dimiliki secara bersama tersebut bisa berbentuk properti, peralatan, perusahaan ataupun yang lainnya. Pihak pertama memiliki aset sebagai modal yang akan dibagi ke dalam beberapa unit. Aset yang menjadi modal dari pihak pertama ini kemudian akan dibeli oleh pihak kedua sebagai klien secara unit per unit, dan pembelian dilakukan secara periodik (tidak secara bersamaan). Lambat laun, bagian yang dimiliki oleh pihak kedua akan bertambah secara perlahan-lahan dan aset menjadi sepenuhnya milik pihak kedua. Adapun pembagian keuntungan dilakukan sesuai dengan proporsi

kepemilikan aset masing-masing pihak pada saat tersebut. Akad musharakah menurun ini biasanya banyak dipergunakan dalam rangka pembiayaan pemilikan rumah yang dilakukan oleh perbankan syariah. Uniknyanya adalah akad ini banyak dilakukan di Pakistan, dimana hal ini jelas merupakan satu nilai lebih tersendiri bagi perbankan syariah di Pakistan, karena hampir boleh dikatakan jarang pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah menggunakan akad musharakah menurun.

Akad musyarakah menurun pada dasarnya merupakan pengembangan dari akad pembiayaan musyarakah, yaitu akad dimana bank syariah dan nasabah sama-sama memiliki kontribusi dana dalam usaha. Pengembalian hasil usaha tergantung kepada nisbah bagi hasil yang disepakati nasabah dan bank. Semakin tinggi kinerja usaha nasabah, semakin tinggi pula bagi hasil untuk masing-masing pihak. Akan tetapi, dalam pengembangannya, konsep pembiayaan ini juga dapat dilakukan untuk pengadaan akan barang ataupun jasa, dimana dengan pembiayaan berbasis musyarakah menurun maka bank syariah dan nasabah yang menggunakan jasa bank syariah dalam rangka pengadaan suatu aset akan memiliki secara bersama-sama dalam jangka waktu tertentu aset yang menjadi obyek perjanjian pembiayaan.

Kemudian dalam jangka waktu tertentu pula nasabah akan melakukan pembayaran dengan cara mencicil sejumlah dana yang dimiliki oleh bank syariah. Seiring dengan itu, maka akan terjadi perpindahan kepemilikan dari porsi bank syariah kepada nasabah seiring dengan bertambahnya jumlah modal nasabah dari pertambahan

angsuran yang dilakukan nasabah. Hingga angsuran berakhir berarti kepemilikan suatu barang atau benda tersebut sepenuhnya menjadi milik nasabah. Penurunan porsi kepemilikan bank syariah terhadap barang atau benda berkurang secara proporsional sesuai dengan besarnya angsuran.

Sebagai konsep pembiayaan yang juga dapat digunakan untuk pembiayaan dalam sector konsumtif, maka konsep musyarakah menurun memiliki beberapa keunggulan, yaitu :

1. Bank Syariah dan nasabah sama-sama memiliki atas rumah yang menjadi obyek perjanjian. Karena merupakan aset bersama maka antara bank syariah dan nasabah akan saling menjaga atas rumah tersebut.
2. Adanya bagi hasil yang diterima antara kedua belah pihak atas margin sewa yang telah ditetapkan atas aset tersebut.
3. Kedua belah pihak dapat menyepakati adanya perubahan harga sewa sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan mengikuti harga pasar. Dengan begitu akad yang dipergunakan selain musyarakah adalah akad ijarah
4. Dapat meminimalisir risiko financial cost jika terjadi inflasi dan kenaikan suku bunga pasar pada perbankan konvensional.
5. Tidak terpengaruh oleh terjadinya fluktuasi bunga pasar pada bank konvensional, dan/atau fluktuasi harga saat terjadinya inflasi. Dengan begitu bank syariah tidak perlu membandingkan tingkat bunga yang ada di bank konvensional sebagai indirect competitor market rate.

KESIMPULAN

Pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah untuk sector konsumtif ternyata

tidak hanya didominasi oleh pembiayaan murabahah. Seiring dengan perlunya purifikasi atas pembiayaan berbasis murabahah, maka pembiayaan untuk sector tersebut dapat menggunakan alternatif akad lain yang dapat digunakan, yaitu pembiayaan dengan menggunakan akad musyarakah menurun. Akad ini dapat menjadi alternative pembiayaan yang bisa dipergunakan oleh perbankan syariah di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ascarya, 2007, **Akad & Produk Bank Syariah**, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Asmita, Budi, SE, Msi, 2004, **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah , Studi Kasus Pada BPRS PNM Mentari**, Universitas Indonesia, Jakarta
- Algoud, Latifa & Mervyn Lewis, 2001, **Islamic Banking**, Edward Elgar Publishing Limited, United Kingdom
- Arifin, Zainul, Drs, MBA, 2002 **Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah**, AlvaBet, Jakarta
- Haron, Sudin, 1996, **Prinsip Dan Operasi Perbankan Islam**, Berita Publishing SDN BHD, Kuala Lumpur, Malaysia
- Karim, Adiwarman, Ir, SE, MBA, MAEP, 2010, **Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan**, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta

Perwataatmadja, Karnaen A, SE, MPA, 2002, **Upaya Memurnikan Pelayanan Bank Syariah, Khusus Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah Di Indonesia**, kertas kerja pada rapat Komite Ahli Pengembangan Perbankan Syariah Bank Indonesia, PP EKABA Trisakti, Jakarta

Saeed, Abdullah, Phd, 2004, **Menyoal Bank Syariah, Kritik Atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo Revivalis**, Paramdina, Jakarta

Sekaran, Uma, 2000, **Research Methods For Business**, John Wiley & Sons, Inc, USA

Sudarsono, Heri & Hendi Yoga Prabowo, 2004, **Istilah-Istilah Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah**, UII Press, Yogyakarta

UU No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Tantangan Pengembangan Konsep Perdagangan Sukuk di Pasar Sekunder

Hanandewa

Mohamad Heykal

Department Management STIE Bisnis Indonesia, Jakarta

Abstract

Sukuk trading mechanisms in most exchange-based secondary market around the globe are somehow depart from the shariah law. The trading mechanisms basis are dominated by bai' al dayn concept which is against the shariah law. Much of the motives to adopt this concept are to cater conventional investors demand for familiarity in trading mechanism with conventional bond. Though, it may also hamper Muslim-devoted investors to trade their sukuk because of this noncompliance to the shariah law. On the other hand, a trading mechanism that fully complies with the shariah law would probably cause anxiety to conventional investors that comprise much of the investors profile in this contemporary financial environment. This paper proposes a new trading mechanism to minimize the trade-off between conventional and Muslim-devoted investors needs in their sukuk trading in exchange-based secondary market.

keywords: *sukuk, akad, investor, market, secondary*

PENDAHULUAN

Salah satu instrument investasi dalam pasar modal syariah adalah sukuk. Berkaitan dengan sukuk maka perlu dilihat dahulu pengertian tentang sukuk. Terdapat beberapa pengertian akan sukuk. Akan tetapi, pengertian tersebut harus melihat juga asal kata dari sukuk itu sendiri. Asal kata dari sukuk adalah sakk, atau kadang kala juga sakaik. Kata-kata tersebut biasanya digunakan untuk kegiatan perdagangan internasional yang terjadi di berbagai wilayah yang dikuasai oleh pemerintahan Islam di masa abad pertengahan yang lalu. Berbagai fakta yang ada menunjukkan bahwa sukuk yang ada banyak dipergunakan oleh berbagai masyarakat muslim dalam abad pertengahan dalam bentuk –bentuk surat berharga yang mewakili kewajiban pembiayaan yang berasal dari perdagangan

dan juga berbagai kegiatan komersial lainnya. Meskipun begitu, pengertian akan sukuk yang paling tepat adalah sertifikat investasi.

Pengertian tersebut tidak terlalu berbeda jauh dengan pengertian AAOIFI tentang sukuk, yang dikeluarkan pada Mei 2003. Dalam pengertian tersebut dikatakan bahwa sukuk merupakan “sertifikat dengan nilai yang sama yang mewakili bagian kepemilikan yang sepenuhnya terhadap asset yang nyata (tangible). Dengan kata lain, penerbitan instrument sukuk harus dilandasi dengan asset yang nyata, dan investor dari sukuk akan mendapatkan keuntungan sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari asset yang melandasi sukuk tersebut.

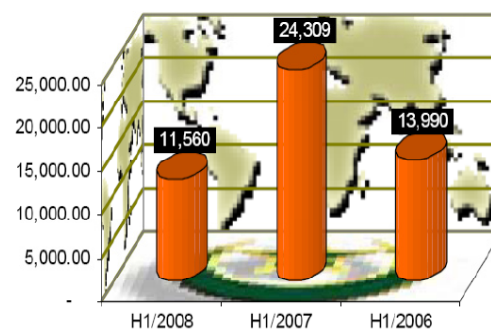
Sebagai konsekuensi dan akibat dari pengertian tersebut, keuntungan yang didapatkan oleh investor sukuk harus dibagi kepada sesama investor sukuk tersebut. Dalam beberapa kurun waktu terakhir ini, sukuk telah meraih popularitasnya sebagai salah satu alternatif instrumen pembiayaan disamping obligasi konvensional.

Di beberapa negara, diketahui bahwa sukuk telah menjadi instrumen pembiayaan anggaran negara yang penting. Pada saat ini, beberapa negara telah menjadi *regular issuer* dari instrumen sukuk, misalnya Malaysia, Bahrain, Brunei Darussalam, Uni Emirat Arab, Qatar, Pakistan, dan State of Saxony Anhalt – Jerman. Penerbitan *sovereign sukuk* biasanya ditujukan untuk keperluan pembiayaan negara secara umum (*general funding*) atau untuk pembiayaan proyek-proyek tertentu, misalnya pembangunan bendungan, unit pembangkit listrik, pelabuhan, bandar udara, rumah sakit, dan jalan tol. Selain itu, sukuk juga dapat digunakan untuk keperluan pembiayaan *cash-mismatch*, yaitu dengan menggunakan sukuk dengan jangka waktu pendek (*Islamic Treasury Bills*) dan juga dapat digunakan sebagai instrumen pasar uang.

Selama periode 2004-2007 sendiri saja, penerbitan sukuk secara global telah meningkat dengan signifikan dari USD 7,2 milyar pada 2004 menjadi USD 39 milyar pada akhir 2007 (Jobst *et al.* 2008). Berdasarkan tren 2004-2007 tersebut Jobst *et al.* (2008) memperkirakan jumlah sukuk secara global yang beredar akan mencapai lebih dari USD 200 milyar pada akhir 2010. Berdasarkan proyeksi yang dilakukan oleh S&P, dalam lima tahun ke depan, pasar

sukuk dunia dapat menembus level USD 100 miliar. Hal ini tergantung pada kondisi stabilitas pasar kredit. Sementara itu, pihak Moody memperkirakan, pasar sukuk akan meningkat sebesar 35 persen per tahun. Pada tahun 2010, pasar sukuk global diharapkan dapat menembus hingga USD 200 miliar, terutama ditopang oleh negara-negara di kawasan Teluk yang tergabung dalam GCC, Inggris, Jepang, dan Thailand (MIFC, 2009).

Potensi volume yang sangat besar ini tentunya perlu diimbangi dengan keberadaan pasar sekunder sukuk yang kokoh untuk dalam rangka memfasilitasi kebutuhan investor. Grafik di bawah ini menunjukkan perkembangan sukuk dunia



**Total Penerbitan Sukuk (Usd Juta)
Perbandingan Semester I 2006, 2007,
2008**

(A Possible Impact Of Sub-Prime Crisis)

Sumber: Beard, Charles. "Sukuk in H1-2008 – Key Trends and Market Highlights", Sukuk Research, IFIS, dalam Ali (2008)

KAJIAN PUSTAKA

Seperti diketahui bahwa pasar sekunder dalam pasar modal akan sangat membantu investor yang memerlukan likuiditas untuk dapat menjual surat berharga yang dimilikinya. Begitu pula dengan investor

sukuk dapat melakukan pemaparan sukuk tersebut dalam pasar sekunder yang pada akhirnya akan meningkatkan pengamatan para calon pembeli sukuk. Demikian pula sebaliknya, pasar sekunder juga membantu investor yang memiliki kelebihan likuiditas untuk dapat membeli sukuk dengan cara mengekspos minatnya tersebut terhadap pengamatan para calon penjual sukuk. Dalam hal ini, pasar sekunder membantu menyediakan likuiditas bagi sukuk dan selanjutnya akan menarik lebih banyak investor karena kemudahan bagi investor untuk masuk ke pasar maupun keluar dari pasar. Oleh karena itu, tingginya aktivitas perdagangan sukuk di pasar sekunder pada akhirnya akan meningkatkan pula volume penerbitan sukuk.

Namun demikian, praktik perdagangan sukuk saat ini di pasar sekunder di hampir seluruh dunia memiliki satu masalah dalam mekanisme perdagangannya. Mekanisme perdagangan sukuk ini sekarang ini banyak menyimpang dari hukum syariah. Adopsi terhadap konsep *bai' al dayn*, dan bukannya konsep *hawalah*, dalam mekanisme perdagangan sukuk telah menyebabkan penyimpangan ini; dimana tampaknya hal ini dimotivasi oleh keinginan untuk melayani permintaan investor konvensional terhadap familiaritas mekanisme perdagangan dengan obligasi konvensional. Padahal sukuk merupakan investasi yang tidak bisa dipersamakan dengan obligasi. Sukuk merupakan surat berharga yang memiliki sifat sebagai bukti kepemilikan atas manfaat ataupun aset dan jasa tertentu dengan landasan aset tertentu sebagai basis dari transaksi. Hal ini berbeda dengan obligasi yang merupakan surat pernyataan hutang tanpa adanya aset

tertentu yang mendasarinya. Selain dari sisi landasan aset yang mendasarinya, perbedaan antara konsep obligasi dengan sukuk adalah dari sisi perdagangan instrumen tersebut. Instrumen sukuk merupakan instrumen yang dapat diperdagangkan, termasuk untuk diperjualbelikan. Fatwa

Dewan Syariah Nasional nomor 32 tentang obligasi syariah dan juga standar AAOIFI tentang sukuk telah menyatakan bahwa kepemilikan instrumen obligasi syariah yang kemudian ditetapkan sebagai sukuk mengikuti berbagai akad yang dipergunakan. Hal inilah yang membuat konsep bay 'al dayn menjadi hal yang diperdebatkan karena merupakan konsep jual beli piutang. Konsep bay al dayn pula yang dapat menghalangi investor muslim yang taat dalam memperdagangkan sukuk mereka karena konsep ini diragukan secara syariah.

Di sisi lain, sebuah mekanisme perdagangan yang patuh sepenuhnya kepada hukum syariah dapat menyebabkan kekhawatiran bagi investor konvensional yang merupakan sebagian besar profil investor dalam lingkungan keuangan modern saat ini. Sebuah mekanisme perdagangan baru dibutuhkan agar kedua profil investor ini, investor konvensional dan investor Muslim yang taat, dapat memperdagangkan sukuk mereka di bursa pasar sekunder. Melalui mekanisme perdagangan yang baru ini yang mampu merangkul kedua profil investor tersebut, diharapkan dapat membantu mencapai tujuan dari sebuah bursa pasar sekunder yaitu memberikan likuiditas yang lebih baik dan meningkatkan volume sukuk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini sendiri merupakan penelitian yang berbasis pada studi literature. Hal ini dilakukan dikarenakan penelitian yang membahas masalah perdagangan sukuk di pasar sekunder masih relatif jarang. Penelitian ini berusaha untuk membuat terobosan. Seperti diketahui bahwa menurut pandangan para ahli keuangan syariah, suatu instrumen investasi syariah dapat diperdagangkan dalam pasar sekunder, selama instrumen tersebut memenuhi tiga aturan syariah (Ayub, 2007).

Pertama, instrumen-instrumen yang merepresentasikan kepemilikan atas aset fisik riil maupun hak pemanfaatannya (*usufruct*) dapat diperdagangkan pada harga pasar. Kedua, instrumen-instrumen yang merepresentasikan kepemilikan atas hutang dan uang dapat diperdagangkan namun terikat kepada konsep *hawalah* dan *bai' al sarf*. Dan ketiga, instrumen-instrumen yang merepresentasikan kepemilikan atas suatu kumpulan instrumen dengan kelas yang berbeda terikat kepada aturan atas kelas instrumen yang dominan. Berdasarkan pada ketiga aturan ini, maka sukuk sebenarnya dapat diperdagangkan dalam pasar sekunder. Namun demikian, perhatian secara khusus perlu diberikan dalam menterjemahkan arti dari konsep *hawalah* tersebut. Terdapat perbedaan yang nyata antara konsep *hawalah* (pengalihan hutang) dan *bai' al dayn* (penjualan hutang). Dalam kasus jual beli surat hutang di pasar sekunder mengikuti konsep *hawalah*, yang dibenarkan dalam syariah, pihak pembeli surat hutang memiliki hak *recourse* kepada pihak penjual surat hutang bilamana pihak penerbit surat hutang tidak membayar hutangnya oleh sebab apapun juga. Disisi

lain, dalam kasus yang sama mengikuti konsep *bai' al dayn*, yang tidak dibenarkan dalam syariah, pihak pembeli surat hutang tidak memiliki hak *recourse* kepada pihak penjual surat hutang.

Meskipun sukuk dapat diperdagangkan, akan tetapi sampai dengan saat ini perdagangan sukuk di bursa pasar sekunder secara global masih sangat minim, terutama di negara-negara GCC (Gulf Cooperation Council). Hal ini kemungkinan besar disebabkan karena permintaan akan sukuk masih cukup melebihi dibandingkan pasokannya dan sebagian besar investor di negara-negara tersebut (GCC) pada umumnya menahan hingga jatuh tempo (Abbas, 2005). Selain itu banyak investor yang menjadikan instrumen sukuk sebagai investasi jangka panjang mereka. Pada tingkat global, sukuk yang tercatat (*listed*) di bursa hanya mencakup 14,3% dari nilai sukuk seluruhnya yang beredar selama kurun waktu 2001-2007 (Papazian, 2007). Berdasarkan dari sumber yang sama, sukuk yang tercatat di bursa Indonesia memimpin dalam hal jumlah pencatatan (15,3% dari jumlah sukuk yang tercatat di bursa secara global), diikuti oleh bursa UEA (14,2%).

Kenyataan bahwa bursa Indonesia memimpin dalam hal jumlah pencatatan sukuk merupakan hal yang cukup menarik, terlepas dari kehadiran Indonesia di pasar sukuk yang masih relatif baru dan hanya mengambil porsi kecil dalam nilai sukuk seluruhnya yang beredar secara global. Sedangkan UEA sendiri selama ini telah secara aktif mengkonsolidasikan perdagangan pasar sekundernya pada Dubai International Financial Exchange (DIFX), hingga menjadikannya memiliki nilai pasar

sukuk tercatat yang tertinggi di dunia (Jobst *et al*, 2008). Disisi lain, Malaysia yang merupakan pemimpin dalam penerbitan sukuk global dengan kontribusi 65,7% atas pangsa pasar di 2005, tampaknya masih perlu mengembangkan lagi bursa pasar sekunder untuk sukuknya.

Meskipun saat ini pasar sekunder sukuk Malaysia dapat dianggap sebagai yang paling likuid, namun sebagian besar diperdagangkan pada pasar OTC (*over-the-counter*) dan bukan di bursa efek. . Salah satu karakteristik perdagangan di pasar OTC biasanya ditandai dengan marjin yang cukup besar bagi pialangnya (*broker*). Sehingga hal ini memberikan keengganan bagi para pialang untuk mengembangkan pasar berbasis bursa yang transparan dan likuid karena dapat mengurangi marjin mereka melalui adanya kompetisi (Marek, 2007).

Suatu hal yang anomaly mengingat proses filterisasi konsep pasar modal syariah di Malaysia pada dasarnya tidak terlalu ketat seperti di Indonesia (Karim, 2012). Selain itu, sekali seorang investor terlibat dalam perdagangan di pasar OTC maka bila dia hendak melakukan perdagangan kembali dimasa mendatang, kemungkinan besar dia akan memilih untuk kembali ke pialang yang sama karena alasan kemudahan dokumentasi, ini merupakan keuntungan lagi bagi pialang bersangkutan. Semua hal tersebut mungkin dapat menjelaskan pertumbuhan yang lambat pada pasar sekunder sukuk berbasis bursa. Akan tetapi, secara logika, berkurangnya marjin yang diperoleh pialang karena munculnya pasar sekunder berbasis bursa yang transparan dapat dikompensasi oleh pertumbuhan

volume bisnis dan peluang perdagangan.

Perkembangan terkini dalam perdagangan sukuk di pasar sekunder telah menuai beberapa kritik karena beragamnya pemahaman terhadap aturan syariah. Sebagai contoh di Malaysia, yang mendominasi nilai penerbitan sukuk secara global, sebagian besar sukuk yang diterbitkan adalah berbasis kepada konsep *bai' al 'inah* dan *tabarru'*, sementara perdagangannya di pasar sekunder berbasis kepada konsep *bai' al dayn* (Ayub, 2007).

Ketiga konsep ini pada prinsipnya bertentangan dengan hukum syariah. Hal ini sesuai dengan fakta yang ada dalam pasar modal syariah di Malaysia bahwa dalam proses seleksi yang dilakukan dalam bursa efek Malaysia tidak terlalu ketat seperti 5% dari keuntungan perusahaan masih boleh berbasiskan pinjaman berbunga (Karim, 2012). Konsep *bai' al 'inah* sendiri pada dasarnya hampir sama dengan transaksi *repo* dalam terminologi keuangan konvensional, yaitu penjualan berganda dimana terjadi penjualan dan penjualan kembali suatu instrumen antara pihak pembeli dan penerbit sendiri yang mana hasil akhirnya adalah sama dengan suatu pinjaman dengan bunga.

Sedangkan *tabarru'* adalah menjanjikan suatu imbal hasil (*return*) tertentu kepada investor sukuk, terlepas dari arus kas proyek yang dijadikan *underlying* atas sukuk tersebut. Praktik *tabarru'* meliputi pembagian secara tetap (*reguler*) kepada pemegang sukuk dan menjamin pengembalian pokoknya. Beberapa pakar keuangan syariah dari Malaysia berpendapat bahwa jual beli surat hutang di pasar sekunder dibenarkan berdasarkan

aturan dari paham Syafii. Akan tetapi, argumen ini mungkin melupakan kenyataan bahwa para ahli hukum Syafii sendiri hanya memperbolehkan jual beli surat hutang dalam kasus dimana surat hutang tersebut diperjualbelikan pada nilai nominalnya (Ayub, 2007).

Kritikan lainnya ditujukan kepada praktik menjangkarkan imbal hasil sukuk ke LIBOR (London Interbank Offered Rate) atau tingkat suku bunga lokal ekuivalen lainnya. Meskipun beberapa pihak berargumen bahwa hal tersebut hanya digunakan dalam penghitungan harga, bahkan metode ini juga seringkali dipakai oleh Islamic Development Bank (IDB) namun demikian pembayaran imbal hasil sukuk yang dikaitkan dengan suatu tingkat suku bunga konvensional dapat dianggap sebagai rente atau riba. (Usmani, 2002).

Dalam penelitian yang tidak berkaitan dengan sukuk, seperti tentang kajian pembiayaan dengan akad murabahah (Heykal, 2006) yang merujuk pada penelitian tentang upaya memurnikan pembiayaan Murabahah (Karnaen, 2002) hal ini juga sudah ditegaskan.

Semua perkembangan terkini sukuk ini sangat mungkin dilandasi oleh masalah yang dihadapi lembaga keuangan yang menerbitkan instrument tersebut dalam rangka menampilkan sukuk sebagai suatu hal yang identik dengan obligasi konvensional, karena akan memudahkan dalam penilaian risiko oleh investor. Investor akan merasa lebih percaya diri untuk berinvestasi pada surat berharga yang memiliki struktur yang tidak asing bagi mereka daripada surat berharga dengan

struktur yang asing dan juga dengan istilah yang mungkin terdengar baru. Sehingga, inovasi terhadap sukuk lebih banyak pada sisi hukumnya agar patuh terhadap hukum syariah namun belum ada inovasi secara finansial (Wilson, 2008). Hal ini dapat diamati pada pembentukan harga pasar sukuk di pasar sekunder. Jika tidak ada inovasi baru secara finansial pada sukuk, maka harga pasar sukuk akan sama sensitifnya seperti obligasi konvensional terhadap variabel tingkat suku bunga pasar.

Berdasarkan model valuasi obligasi konvensional, menyatakan bahwa harga obligasi akan lebih tinggi dari nilai nominalnya ketika tingkat suku bunga pasar yang sebanding dengannya lebih rendah daripada tingkat kuponnya dan sebaliknya harga obligasi akan lebih rendah dari nilai nominalnya ketika tingkat suku bunga pasar yang sebanding dengannya lebih tinggi daripada tingkat kuponnya; atau diekspresikan melalui persamaan sebagai berikut (Brigham et al., 1999):

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1+Y)^t} + \frac{P}{(1+Y)^n}$$

dimana:

- V adalah nilai pasar obligasi,
- C adalah pembayaran kupon secara periodik,
- P adalah pembayaran pokok pada saat jatuh tempo,
- Y adalah tingkat suku bunga pasar yang sebanding, dan
- n adalah jumlah periode pembayaran kupon

Valuasi tersebut akan menentukan keputusan investor untuk melakukan pembelian

sukuk atau tidak. Jika proses valuasi sukuk mengikuti model valuasi obligasi konvensional maka proses pembentukan harga sukuk di pasar sekunder tampaknya tidak sepenuhnya mematuhi hukum syariah. Hal ini dikarenakan model valuasi obligasi konvensional memperhitungkan efek bunga majemuk atas uang yang tidak dapat dibenarkan dalam konsep keuangan syariah. Dalam syariah, uang seharusnya digunakan sebagai satuan ukuran dan bukan sebagai suatu aset yang dapat menghasilkan penghasilan sendiri dan juga bukan aset yang diperdagangkan. Sehingga, ketika investor menghitung harga sukuk menggunakan model valuasi obligasi konvensional maka hal ini telah melanggar larangan terhadap riba.

Menanggapi hal ini, Papazian (2007) mengajukan sebuah model valuasi yang serupa dengan persamaan (1), akan tetapi dia berargumen bahwa imbal hasil yang digunakan seharusnya mencerminkan imbal hasil atas aktivitas produktif atau imbal hasil riil (*real return*), dan bukannya tingkat suku bunga pasar. Hal ini dapat diekspresikan sebagai berikut:

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{C}{(1 + Y_r)^t} + \frac{P}{(1 + Y_r)^n}$$

dimana:

- V adalah nilai pasar obligasi,
- C adalah pembayaran kupon secara periodik,
- P adalah pembayaran pokok pada saat jatuh tempo,
- Y_r adalah imbal hasil riil, dan
- n adalah jumlah periode pembayaran kupon.

Menurut Papazian (2007), imbal hasil riil berbeda dengan tingkat suku bunga yang digunakan dalam model valuasi obligasi konvensional, dimana tingkat suku bunga hanya mencerminkan kompensasi terhadap modal dan waktu. Imbal hasil riil adalah suatu imbal hasil yang dihasilkan oleh suatu investasi yang memperhitungkan tidak hanya modal dan waktu. Secara spesifik, suatu imbal hasil riil mencerminkan kompensasi terhadap modal dan sumber daya selain waktu. Dalam hal ini, suatu pembandingan (*benchmark*) terhadap imbal hasil riil diperlukan untuk menggantikan tingkat suku bunga pasar sebagaimana digunakan dalam persamaan (1). Gagasan terhadap pembentukan pembandingan terhadap imbal hasil riil pada kenyataannya juga didukung oleh sejumlah pakar syariah untuk menggantikan LIBOR atau tingkat suku bunga pembandingan yang saat ini banyak digunakan diseluruh dunia dalam menghitung imbal hasil untuk instrumen keuangan syariah.

Namun demikian, suatu model valuasi sukuk yang secara ketat mengikuti hukum syariah adalah suatu model yang selalu menghasilkan harga pasar sukuk pada nilai nominal pokoknya sepanjang waktu. Dalam hal ini, antisipasi pembagian kupon dimasa mendatang tidak akan diperhitungkan dalam menentukan nilai pasar dari sukuk, sehingga tidak ada efek penggandaan uang. Pada kenyataannya, valuasi seperti inilah yang terjadi dalam perdagangan sukuk di Arab Saudi (Marek, 2007). Meskipun demikian, beberapa pihak mungkin akan berpendapat bahwa model valuasi yang ketat semacam ini adalah sulit untuk diterapkan karena tidak memperhitungkan risiko gagal bayar (*default risk*) dan biaya

oportunitas (*opportunity cost*) atas sukuk itu sendiri. Risiko gagal bayar adalah suatu risiko dimana penerbit instrumen hutang gagal membayar kembali pokoknya. Dalam pemahaman investor tradisional, seorang pembeli akan menawar pada harga diskon ketika dia memiliki persepsi bahwa penerbit sukuk memiliki probabilitas akan gagal bayar dan atau ketika imbal hasil pembeding lebih tinggi daripada imbal hasil sukuk. Sebaliknya, seorang penjual akan memintakan harga premi ketika imbal hasil pembeding lebih rendah daripada imbal hasil sukuk. Semua hal tersebut sepenuhnya mengikuti proses persamaan (1). Akan tetapi, perdagangan sukuk yang melibatkan diskon dan premi semacam ini akan bertentangan dengan hukum syariah ketika sukuk diperdagangkan mengikuti aturan hawalah (pengalihan hutang).

Pada masa kini, mungkin sebagian investor akan enggan memperdagangkan sukuk mereka karena persepsi bahwa mekanisme perdagangan sukuk saat ini tidak mengikuti ketentuan syariah, sebagai imbasnya mereka akan lebih memilih memegang sukuk mereka hingga jatuh tempo daripada terlibat dalam aktivitas yang tidak mengikuti syariah. Disisi lain, sebagian investor juga mungkin akan enggan untuk memperdagangkan sukuk mereka jika sukuk dihargai pada nilai nominalnya untuk mematuhi hukum syariah, mengingat hal ini tidak memperhitungkan risiko gagal bayar dan biaya oportunitas. Tantangan sekarang adalah memperkenalkan suatu mekanisme perdagangan sukuk yang baru yang mampu mematuhi kepada hukum syariah namun juga mampu mengakomodasi proses valuasi sebagaimana obligasi konvensional. Adanya mekanisme perdagangan semacam

ini akan menarik investor tradisional karena mereka akan cukup mengenal dengan proses valuasinya dan akan menarik investor yang sangat memperhatikan aturan syariah karena mereka memperoleh kepastian bahwa perdagangan yang dilakukan memenuhi aturan syariah. Pada akhirnya, apabila hal ini terjadi akan mampu mendorong likuiditas dan volume sukuk, sehingga semakin mendorong sukuk sebagai suatu instrumen alternatif terhadap obligasi konvensional.

Menurut ketentuan syariah, sukuk dapat diperdagangkan pada pasar sekunder pada nilai pasar selama hal ini mengikuti aturan *hawalah*. Namun masalahnya saat ini adalah banyak sukuk yang diperdagangkan di pasar sekunder mengikuti konsep *bai' al dayn* dan bukannya *hawalah*. Sebagian besar investor tradisional mungkin tidak akan bersedia untuk menerima konsep *hawalah*, karena dalam konsep *hawalah* penjual sukuk masih akan terikat kewajiban kontinjensi dengan pembeli sukuk meskipun mereka telah menjual sukuk kepada pembeli. Oleh sebab itu, suatu mekanisme perdagangan yang baru diperlukan untuk mendorong investor tradisional secara sukarela memperdagangkan sukuk dibawah konsep *hawalah*.

Salah satu jalan untuk mendorong investor tradisional menerima konsep *hawalah* adalah dengan memperkenalkan pihak ketiga atau suatu agen yang berfungsi menerima kewajiban kontinjensi dari penjual sukuk ketika mereka menjual sukuknya kepada pembeli. Agen ini pada dasarnya bertindak sebagai pihak yang akan membantu pembeli sukuk ketika penerbit sukuk gagal memenuhi kewajiban

mereka. Mekanismenya adalah sebagai berikut: ketika penjual menjual sukuk kepada pembeli pada harga pasar, harga diskon atau premi terhadap nilai nominal, penjual mengalihkan kewajiban kontinjensi *hawalah*-nya kepada seorang agen, katakan agen *hawalah*, dengan suatu *fee* atau imbalan. Sejak pengalihan itu, jika penerbit sukuk gagal memenuhi kewajibannya, pembeli sukuk akan merujuk kepada agen *hawalah* untuk membantu penyelesaian masalah gagal bayar tersebut dan bukannya kepada penjual. Agen *hawalah* haruslah suatu pihak yang memahami dengan baik mengenai kondisi pihak penerbit sukuk sehingga *fee* atau imbalan yang akan dibebankan kepada penjual dapat efisien. Dalam hal ini, badan pemeringkat (*rating agency*) adalah kandidat yang baik untuk bertindak sebagai agen *hawalah*.

Mekanisme ini memberikan kenyamanan kepada para investor mengingat sukuk dapat diperdagangkan pada nilai pasar, pada harga diskon maupun premi terhadap nilai nominalnya. Mekanisme ini dapat pula mendorong para investor yang sangat memperhatikan ketentuan syariah untuk memperdagangkan sukuk mereka karena mekanisme perdagangan ini telah mematuhi ketentuan dalam hukum syariah.

SIMPULAN

Mekanisme perdagangan sukuk di pasar sekunder berbeda-beda pada setiap negara. Namun demikian, sebagian besarnya diperdagangkan mengikuti konsep *bai' al dayn*, yang mana hal tersebut tidak mengikuti aturan syariah. Adopsi terhadap konsep ini kemungkinan besar untuk memenuhi kebutuhan investor tradisional agar mudah dalam melakukan valuasi terhadap produk

keuangan mereka. Disisi lain, adopsi konsep tersebut menyebabkan investor yang sangat memperhatikan ketentuan syariah akan membatasi permintaan mereka untuk memperdagangkan sukuk karena tidak mematuhi aturan syariah. Suatu mekanisme perdagangan sukuk yang baru ditawarkan dengan memperkenalkan suatu agen *hawalah*. Peran agen *hawalah* adalah untuk mengambil alih kewajiban kontinjensi dari penjual sukuk dibawah konsep *hawalah*. Melalui pengaturan ini, pembeli sukuk akan merujuk kepada agen *hawalah*, dan bukannya penjual sukuk, jika penerbit sukuk gagal memenuhi kewajibannya.

Oleh karena itu, investor tradisional dapat memperdagangkan sukuk mereka pada nilai pasar, yaitu pada harga diskon ataupun premi terhadap nilai parinya, sebagaimana harapan mereka dan investor yang sangat mematuhi ketentuan syariah dapat memperdagangkan sukuk mereka tanpa kuatir terhadap mekanisme perdagangan yang melanggar hukum syariah. Pada akhirnya, semua hal ini dapat mendorong lebih banyak investor untuk memperdagangkan sukuk mereka di pasar sekunder dan menambah likuiditas dan volume sukuk.

Daftar Pustaka

- Abbas, A. 2005. Helping to build an Islamic capital market. *Banker Middle East*. 1 October. pp. 15-17.
- Ali, Salman Syed. (2008). *Islamic Capital Markets*. Distance Learning Course No. 8. Islamic Research and Training Institute (IRTI). Islamic Development Bank (IDB). Jeddah.

- Asmita, Budi, 2004, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah, Studi Kasus Pada BPRS PNM Mentari, UI, Jakarta, Indonesia
- Ayub, M. 2007. Understanding Islamic Finance. John Wiley & Sons Ltd. West Sussex, England.
- Brigham, E. F., Gapenski, L. C., and Daves, P. R. 1999. Intermediate Financial Management 6th Edition. Dryden Press. Fort Worth. USA.
- Heykal, Mohamad, 2006, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah Pada Pembiayaan Pemilikan Rumah, Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri, UI, Jakarta, Indonesia
- Jobst, A., Kunzel, P., Mills, P., and Sy, A. 2008. Islamic bond issuance: what sovereign debt managers need to know. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. Vol. 1 No. 4, pp. 330-344.
- Karim, Adiwarmarman, 2012, Regulatory Aspect Of Islamic Capital Market, Paper present at International Conference On Islamic Capital Market
- Marek, S. 2007. The dawn of sukuk trading, *International Securities Finance*.
- Papazian, A. V. 2007. The global sukuk market: developments and prospects. DIFC Forum.
- Perwataatmadja, Karnaen A, SE,MPA, 2002, Upaya Memurnikan Pelayanan Bank Syariah, Khusus Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah Di Indonesia, Artikel, Jakarta
- Usmani, M. T. 2002. An introduction to Islamic finance. Kluwer Law International, The Hague, Netherlands. pp.
- Wahid, Nazaruddin Abdul, 2010. Sukuk Memahami & Membedah Obligasi Pada Perbankan Syariah, Ar-Ruz Media, Jogjakarta, Indonesia
- Wilson, R. 2008. Innovation in the structuring of Islamic sukuk securities. *Humanomics*. Vol. 24 No. 3, pp. 170-181.

Identifikasi Perilaku Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Ritel Skala Kecil Di Kota Semarang

Moh. Khoiruddin

Anindya Ardiansari

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Abstract

Decreasing number of small-scale retail competitiveness problems (non-organized) in Semarang City which exacerbating their marginalization in the competitive retail business, is a complex issue that must be addressed. The objectives of this research is to be achieved, namely to identify consumers' purchasing behavior in a large-scale retail (organized) and small scale (non-organized). In order to achieve the goal, after all the data were collected through interviews and questionnaires, then it is conducted with descriptive qualitative analysis and quantitative analysis (Kruskal-Walli Test). The test results conducted on consumer attitudes regarding the ten attributes that are attached to a retail store that includes the name of the store, the popularity of the store, complete facilities such as shops, security stores, convenience stores, store cleanliness, product pricing, information from media advertising, information from family / friends, as well as quality service shop in four areas of Semarang City. Meanwhile, there are only two that have a uniform response from consumers, the popularity of the store and information from media ads created by the retail stores. These results can be interpreted that the popularity of the retail store and information from media advertising on retail stores in the mind of consumers to determine their behavior in the choice of retail stores where they shop.

Keywords: *Consumer behavior, Competitive Advantage, Retail*

Abstrak

Masalah penurunan daya saing usaha ritel skala kecil (tidak terorganisasi) di Kota Semarang yang mengakibatkan semakin terpinggirkannya mereka dalam persaingan bisnis ritel merupakan masalah yang kompleks yang harus segera ditangani. Secara garis besar tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu mengidentifikasi perilaku beli konsumen pada ritel skala besar (terorganisasi) dan skala kecil (tidak terorganisasi). Untuk mencapai tujuan tersebut setelah semua data dikumpulkan melalui wawancara dan pengisian kuesioner, maka kemudian dilakukanlah analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif (Kruskal-Walli Test). Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap sikap konsumen menyangkut sepuluh atribut yang melekat pada toko ritel yang meliputi nama toko, popularitas toko, kelengkapan fasilitas toko, keamanan toko, kenyamanan toko, kebersihan toko, harga produk, informasi dari media iklan, informasi dari keluarga/teman, serta kualitas layanan toko di empat wilayah Kota Semarang, ternyata hanya

dua yang memiliki tanggapan yang seragam dari konsumen, yaitu popularitas toko dan informasi dari media iklan yang dibuat oleh toko retail. Hasil ini dapat dimaknai bahwa tingkat popularitas toko ritel dan informasi dari media iklan tentang toko ritel yang masuk dalam benak konsumen dapat menentukan perilaku mereka dalam menentukan pilihan toko ritel tempat mereka belanja.

Keywords: Perilaku konsumen, Competitive Advantage, Retail

PENDAHULUAN

Kondisi usaha ritel skala kecil (tidak terorganisasi) yang semakin berkurang daya saingnya dan terpinggirkan dalam persaingan bisnis ritel di Kota Semarang hingga sekarang ini merupakan masalah yang sedemikian kompleks, yang membutuhkan kontribusi nyata dari semua komponen, terutama pemerintah dalam upaya meminimalkannya. Jumlah usaha perdagangan di Kota Semarang menunjukkan penurunan yang signifikan dari 11.260 di tahun 2007 menjadi tinggal 8.397 di tahun 2009.

Penurunan paling banyak terjadi pada usaha perdagangan skala kecil menengah dengan nilai pekerjaan antara Rp 15 juta hingga Rp 200 juta. Pada tahun 2007 jumlah mereka sebanyak 7 ribuan, di tahun 2008 sebanyak 5 ribuan, dan pada tahun 2009 tinggal sebanyak 3.500-an. Dari sisi ekonomi-sosial mengingat jumlahnya banyak, penurunan daya saing dan keterpinggiran usaha ritel skala kecil menyebabkan dampak berantai yang luas mulai dari penurunan pendapatan pengusaha, penambahan jumlah pengangguran, peningkatan kredit macet, penurunan pajak, larinya modal ke luar daerah, yang akhirnya akan terjadi penurunan daya tahan ekonomi masyarakat, daerah dan nasional.

Penurunan daya saing usaha ritel skala kecil (tidak terorganisasi) di Kota

Semarang yang mengakibatkan semakin terpinggirkannya mereka dalam persaingan bisnis ritel merupakan masalah yang tidak bisa dianggap ringan. Keterpurukan mereka dalam aspek kualitas maupun kuantitas akan sangat berpengaruh pada daya tahan ekonomi rakyat, yang selama ini telah terbukti mampu berperan sebagai penyangga kuat kekuatan ekonomi daerah dan nasional. Krisis ekonomi keuangan yang datang menghantam perekonomian nasional yang menelan banyak korban terutama para pelaku ekonomi skala besar, ternyata tidak begitu terasa bagi sektor ekonomi kecil dan menengah. Hal ini berarti kontribusi usaha ritel kecil (tidak terorganisasi) sebagai bagian dari sektor ekonomi rakyat sangat besar dalam menopang ketahanan perekonomian daerah dan nasional. Semakin terpuruknya usaha ritel skala kecil dan menengah di satu sisi, dan sisi yang lain usaha ritel skala besar (terorganisasi) dengan jaringan nasional maupun internasional yang semakin berkibar seperti department store, supermarket, dan hypermart, akan memunculkan potensi besar mengurangi *multiplier effect* pendapatan yang positif dalam perekonomian masyarakat, yang ujungnya akan menurunkan kesejahteraan masyarakat Semarang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya saing usaha ritel skala kecil yang tidak terorganisasi dengan

baik, sehingga akan mampu mengurangi jumlah usaha ritel skala kecil yang gulung tikar di Kota Semarang, akibat lemahnya daya saing mereka di tengah persaingan ketat bisnis ritel yang melibatkan pelaku usaha ritel jaringan nasional maupun internasional. Desain penelitian terapan ini disusun berdasarkan hasil studi empiris yang menunjukkan banyaknya pelaku usaha ritel skala kecil yang mengalami kesulitan berat dalam mempertahankan eksistensi usahanya sebagai mata pencaharian utama.

Masalah yang dihadapi para pelaku usaha ritel skala kecil tersebut sangat kompleks serta berpotensi besar menimbulkan masalah berantai dalam kehidupan masyarakat. Masalah inipun juga akan berdampak negatif bagi daya tahan ekonomi daerah, mengingat usaha ritel skala kecil ini sebagai bagian dari pilar ekonomi rakyat, karena jumlahnya yang sedemikian banyak. Penelitian ini dilakukan sebagai bagian kesadaran bahwa masalah tersebut bukan semata-mata tanggung jawab pemerintah, namun merupakan tanggung jawab semua pihak sebagai bagian dari masyarakat.

Sejumlah program telah dilakukan oleh pemerintah dalam upaya melindungi usaha ritel skala kecil ini, namun sebagaimana dapat dilihat bahwa jumlah usaha ritel skala kecil yang semakin terpinggirkan jumlahnya tidak semakin berkurang. Hal ini mengindikasikan bahwa masalah ini bukan masalah yang mudah untuk dipecahkan, yang membutuhkan penanganan serius dari berbagai pihak terkait. Pengamatan kondisi obyektif di lapangan menunjukkan bahwa keterpinggiran usaha ritel skala kecil ini telah menjadi isu besar dan telah menarik

perhatian publik. Masalah ini telah menjadi semakin rumit sebab sebagian besar para pelaku usaha ritel skala kecil telah menipis dayanya dan hampir tidak ada komunikasi dan kerjasama yang dijalin dengan sesama usaha ritel skala kecil untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Kondisi yang demikian terutama nampak sekali pada usaha ritel skala kecil milik warga pribumi, yang cenderung berjalan sendiri-sendiri, tidak ada inovasi-inovasi yang diciptakan, dan hampir tidak pernah ada upaya untuk membuat jaringan usaha yang mampu membantu kesulitan mereka.

Semua program yang mengarah pada pemberdayaan atau peningkatan daya saing mereka dari manapun datangnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara materi dan non materi perlu didukung dan direspon dengan positif. Selanjutnya desain yang dibangun untuk penelitian ini didasarkan pada tujuan utama yaitu peningkatan kesejahteraan pelaku usaha ritel skala kecil melalui peningkatan daya saing.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan di atas, beberapa tujuan khusus yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi perilaku beli konsumen pada ritel skala kecil (tidak terorganisasi) di Kota Semarang. Keluaran yang dihasilkan dan manfaat hasil penelitian yang bisa diaplikasikan dalam penelitian ini adalah perencanaan strategis peningkatan daya saing usaha ritel skala kecil (tidak terorganisasi).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Survei Anuradha Kalhan (2007) untuk mengetahui dampak mal terhadap toko-toko kecil dan penjaja asongan di Mumbai, dengan menggunakan sampel sebanyak 82 toko kecil dan 43 penjaja asongan dalam radius sekitar 1 kilometer dari mal, hasilnya menunjukkan terjadinya penurunan penjualan bahan makanan, buah-buahan dan sayuran, makanan olahan, pakaian, sepatu, elektronik dan barang-barang listrik di gerai ritel ini, yang pada akhirnya mengancam 50 persen dari mereka dengan penutupan atau penurunan besar dalam bisnis.

Hanya 14 persen dari sampel toko-toko kecil dan pedagang asongan yang sejauh ini telah mampu merespon ancaman kompetitif dari mal. Sebanyak 71 persen dari responden melaporkan mengalami penurunan penjualan. Hanya 18 persen dari toko/pedagang asongan menyatakan bahwa penjualannya tidak terpengaruh oleh rantai mal ritel besar dan hanya 11 persen melaporkan mengalami peningkatan dalam penjualan. Secara lengkap penurunan penjualan pada berbagai tipe bisnis adalah sebagai berikut, Grocery Vegetables (87%), fruits (100%), Processing food (44%), Garments (86%), Shoes (83%), Electronics (100%), Electrical (100%), Others (88%). Meskipun penjualan menurun, namun 96 persen dari pengecer belum meningkatkan jam kerja mereka.

Alasan utamanya adalah ketidakmampuan untuk membayar tambahan biaya pekerja yang membantu, sementara anggota keluarga sudah bekerja selama 11 sampai 14 jam per hari. Sebanyak 50 persen sampel menganggap bahwa masalah ini adalah serius. Delapan puluh dua persen sampel

mengatakan bahwa anak-anak mereka tidak akan melanjutkan bisnis ritel tersebut. Namun hanya 11 persen dari sampel dari 112 toko/penjaja yang terlibat aktif dalam kampanye menentang keberadaan mal.

Tulus T. H. Tambunan, et al (2004) dalam penelitiannya yang berjudul “Kajian Persaingan dalam Industri Ritel” menggambarkan mengenai perkembangan usaha ritel di pasar domestik dan mengidentifikasi bentuk persaingan dalam industri ritel. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa ketika tingkat taraf hidup masyarakat meningkat, di samping membutuhkan ketersediaan berbagai macam barang yang lengkap dari kebutuhan primer hingga kebutuhan tersier, masyarakat juga membutuhkan fasilitas pendukung seperti kenyamanan, kebebasan, ataupun jaminan harga murah dan kualitas baik. Kenyamanan menjadi alasan utama untuk beralihnya tempat berbelanja bagi masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern, meskipun masyarakat tidak mungkin meninggalkan pasar tradisional 100 persen.

Untuk pakaian jadi, 67,5 persen orang membeli di pasar modern, tetapi untuk sayur mayur 92,5 persen orang masih membeli di pasar tradisional. Meskipun minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional meningkat hingga 48 persen pada tahun 2002, pasar tradisioanal masih mempunyai kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan pasar nasional yaitu sebesar 73,8 persen di tahun 2003. Dengan adanya permintaan masyarakat terhadap ritel modern yang cukup tinggi (hasil survey 78% responden lebih menyukai belanja di ritel modern), hingga bulan September

2003, terdapat 1332 minimarket, 211 supermarket, dan 16 hypermarket di seluruh Indonesia. Perkembangan tersebut membawa konsekuensi adanya persaingan antara pelaku industri ritel. Persaingan tersebut terjadi antara ritel modern dengan ritel tradisional, antara sesama ritel modern, antara sesama ritel tradisional, dan antara pemasok (*supplier*). Persaingan yang paling dirasakan adalah persaingan antara ritel modern dan ritel tradisional. Dimana ritel tradisional merasa makin terpinggirkan dengan kehadiran ritel modern yang mampu menghadirkan kebutuhan konsumen dengan fasilitas yang lebih baik dan harga yang lebih murah.

Persaingan antara ritel modern lebih *segmented*, yaitu sesuai dengan kelasnya. Tetapi masing-masing mempunyai strategi persaingan yang unik. Tak jarang dalam persaingan harga terjadi perang harga secara terang-terangan. Antara ritel tradisional, selain terjadi persaingan harga, juga terdapat persaingan dalam layanan yang memberikan kemudahan kepada konsumen. Sedangkan antar *supplier*, persaingan terjadi dalam memberikan keuntungan bagi ritel.

Daniel Suryadarma, dkk (2007) dalam penelitiannya yang berjudul “Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia” mengukur dampak supermarket pada pasar tradisional di daerah perkotaan di Indonesia secara kuantitatif dengan menggunakan metode *difference in difference* (DiD) dan metode ekonometrik, serta secara kualitatif dengan menggunakan metode wawancara mendalam. Penelusuran melalui metode kuantitatif secara statistik

tidak menemukan dampak signifikan pada pendapatan dan keuntungan, tetapi terdapat dampak signifikan supermarket pada jumlah pegawai pasar tradisional. Temuan-temuan kualitatif menunjukkan bahwa kelesuan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari masalah internal pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada supermarket. Karena itu, untuk menjamin keberlangsungan pasar tradisional diperlukan perbaikan sistem pengelolaan pasar tradisional yang memungkinkannya dapat bersaing dan tetap bertahan bersama kehadiran supermarket.

Michael Phillips, et al (2010) melakukan penelitian dengan judul “Understanding Small Private Ritel Firm Growth Using The Sustainable Growth model” mengevaluasi variasi rasio-rasio keuangan antara perusahaan-perusahaan ritel yang diukur sebagai tahap siklus pertumbuhan yang berbeda. Penelitian tersebut memeriksa empat kategori rasio keuangan untuk sektor ritel selama periode pertumbuhan yang tinggi dari 1998 sampai 2000 untuk mencakup: (1) profitabilitas, (2) kegiatan, (3) leverage, dan (4). likuiditas. Hasil penelitian tersebut memberikan bukti kuat bahwa awal tahap siklus pertumbuhan perusahaan ritel kecil dilakukan secara berbeda dengan yang lebih besar atau siklus pertumbuhan perusahaan ritel lambat di semua kategori, di semua periode waktu.

Hasil penelitian rasio digunakan sebagai dasar untuk menetapkan proposisi sebagai siklus pertumbuhan perilaku dari perusahaan ritel kecil dalam kerangka model pertumbuhan yang berkelanjutan. František Brázdik and Viliam Druska (2005) melakukan penelitian dengan judul

“Too Large or Too Small? Returns to Scale in a Ritel Network”, menunjukkan penggunaan kerangka yang kompleks dalam menganalisis kinerja dengan memperkirakan efisiensi teknis dan toko skala individu di jaringan ritel. Penelitian tersebut juga meneliti efisiensi teknis untuk memfasilitasi optimasi alokasi sumber daya sehingga unit ritel menggunakan input tersebut secara optimal untuk menyediakan layanan ritel. Peningkatan efisiensi dapat didorong oleh perbaikan dalam praktek operasional yang lebih baik (perbaikan 26 perencanaan *headcount*, menyesuaikan variasi dalam penjualan dari waktu ke waktu) atau penyesuaian produksi (ukuran area penjualan per karyawan).

Dalam evaluasi kinerja unit ritel, manajer dapat menempatkan lebih banyak penekanan pada pengukuran tingkat output saja. Namun, mungkin jika dikelola dengan baik toko yang kinerjanya negatif dipengaruhi oleh faktor eksogen, atau toko yang dikelola dengan buruk dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang menguntungkan. Rendahnya tingkat output tidak cukup untuk menilai efisiensi unit ritel, untuk membuat keputusan tentang unit maka penelitian tersebut menilai tingkat efisiensi dan tingkat output bersama-sama sebagai dua ukuran kinerja kunci.

Dari perbandingan tingkat inefisiensi skala dan inefisiensi teknis murni, disimpulkan bahwa manajer harus menerapkan praktek-praktek operasional unit teknis efisien daripada mengeksploitasi skala ekonomi untuk meningkatkan kinerja jaringan ritel. Akhirnya, penggunaan pendekatan “praktek terbaik” untuk memprediksi operasi toko ritel memungkinkan manajer

untuk mengatur tujuan yang realistis berdasarkan profil toko secara khusus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan melalui survey terstruktur terhadap pelanggan usaha ritel skala kecil. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi antara data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari beberapa sumber, yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang dan Badan Pusat Statistik Kota Semarang, dan Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Tengah. Sedangkan data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara terstruktur dengan konsumen ritel skala kecil.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari usaha ritel skala kecil di Kota Semarang. Dari jumlah populasi sebesar itu kemudian akan diambil sampel berdasarkan metode *cluster sampling*. Dalam metode ini populasi dipilah menjadi beberapa klaster yang berbeda, dan kemudian sampel diambil dari masing-masing klaster tersebut. Daftar pertanyaan dalam kuesioner yang disebar untuk diisi merupakan kombinasi dari bentuk *open ended question* dan *closed ended question*. Untuk yang *closed ended question* dibagi menjadi dua bagian, pertama, pertanyaan yang jawabannya sudah tersedia yang tidak dibobot.

Kedua, pertanyaan yang terkait dengan respon dari responden dengan jawaban yang dibobot menggunakan skala Likert 1 sampai dengan 8. Pengumpulan data dengan wawancara kepada juga dilakukan terutama untuk melengkapi data-data yang kurang lengkap yang berasal dari kuesioner.

Kombinasi pertanyaan-pertanyaan ini dilakukan untuk dapat lebih mengungkap berbagai hal terkait dengan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah sebuah metode analisis data dengan menganalisis data yang berhubungan dengan angka sebagai alat bantu. Dalam penelitian ini digunakan alat analisis Uji Independen Sampel (*Kruskal-Wallis Test*) untuk menguji hipotesis ada tidaknya perbedaan yang signifikan antar elemen dalam statistik. *Kruskal-Wallis Test* merupakan salah satu uji statistik non parametrik yang dilakukan untuk sampel lebih dari dua (n sampel bebas), yaitu untuk mengetahui apakah sampel-sampel tersebut berasal dari populasi yang sama. Bila dari populasi yang sama, maka rata-rata ke- n sampel tersebut akan relatif sama atau tidak ada perbedaan secara signifikan.

Penggunaan analisis ini dimaksudkan agar dapat diketahui sejauhmana kesamaan respon dari para responden (pelaku usaha ritel skala kecil, konsumen ritel skala kecil dan besar, serta pedagang perantara) dari berbagai klaster yang ada. Apabila tidak ada perbedaan respon yang signifikan, maka perencanaan yang dibuat yang kemudian diimplementasikan dan diberlakukan secara umum akan lebih akurat dalam mewakili semua aspirasi responden. Pengujian dilakukan dengan membandingkan rata-rata dari dua kelompok yang tidak berhubungan satu sama lain dalam penelitian ini berarti respon pelaku usaha ritel skala kecil pada berbagai klaster yang ada, respon konsumen pada berbagai klaster

yang ada. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing antar kelompok secara signifikan mempunyai rata-rata yang sama atau tidak. Sebagai contoh, apakah respon pelaku usaha ritel skala kecil terhadap pengaruh keberadaan supermarket di wilayah Semarang Barat dan di wilayah Semarang Timur berbeda secara signifikan atau tidak. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauhmana konsistensi respon terhadap suatu isu, karena akan digunakan sebagai dasar pembuatan perencanaan strategis yang diharapkan dapat diberlakukan secara umum. Hipotesis nol menyatakan bahwa varians populasi adalah sama (disebut homogenitas variansi). Jika Chi-square hasil *Kruskal Wallis* kurang dari nilai kritis (biasanya 0,05), dengan demikian hipotesis nol yang menyatakan bahwa varians sama ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antar varians dalam populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kruskal-Wallis Test merupakan salah satu uji statistik non parametrik yang dilakukan untuk sampel lebih dari dua (n sampel bebas), yaitu untuk mengetahui apakah sampel-sampel tersebut berasal dari populasi yang sama. Bila dari populasi yang sama, maka rata-rata ke- n sampel tersebut akan relatif sama atau tidak ada perbedaan secara signifikan.

Hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Kota Semarang tidak ada perbedaan yang signifikan.

H_a : Sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Kota Semarang terdapat perbedaan yang signifikan.

Hasil pengujian hipotesis tersebut untuk setiap aspek sikap konsumen dengan Kruskal-Wallis Test disajikan dalam Tabel 1. Dari hasil Kruskal-Wallis tersebut dapat diketahui nilai *chi-square* aspek sikap konsumen yang pertama sebesar 13.772 dengan *asympt significance* 0.000, hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Kota Semarang, yaitu bahwa nama toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen untuk diperhatikan saat akan memilih tempat berbelanja tidak ada perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan kata lain bahwa tidak ada keseragaman konsumen di wilayah Kota Semarang yang menjadikan nama toko ritel sebagai faktor penentu dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen yang dijadikan sampel pada saat mereka berbelanja pada toko ritel besar di beberapa wilayah kota Semarang tidak semuanya *minded* pada nama toko ritel tertentu.

Jika dilihat dari *mean rank* untuk Semarang Timur dan Semarang Utara memiliki angka tidak terpaut jauh, namun terpaut jauh dengan *mean rank* Semarang Barat dan Semarang Tengah. Hal ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan sikap konsumen di antara keempat wilayah tersebut jika dibandingkan secara bersama-sama.

Konsumen yang beradadi wilayah Semarang Barat, Semarang Timur, Semarang Utara, dan Semarang Tengah tidak berbeda pendapat menyangkut popularitas toko ritel sebagai daya tarik konsumen yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen kedua tersebut sebesar 6.042 dengan *asympt significance* 0.110 (lihat Tabel 1), hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Semarang, yaitu bahwa tingkat popularitas toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen sebagai daya tarik saat akan memilih tempat berbelanja tidak

Tabel 1
Hasil kruskal-willis test konsumen ritel di kota Semarang

No	Aspek Sikap Konsumen	Kruskal-Wallis Test	
		Chi-Square	Asymp. Sig
1	Nama toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen saat akan memilih tempat berbelanja	13.772	.000
2	Popularitas toko ritel menarik Konsumen untuk memilih tempat berbelanja	6.042	.110
3	Kelengkapan fasilitas toko ritel menarik Konsumen untuk memilih tempat berbelanja	71.370	.000
4	Keamanan toko ritel menarik Konsumen saat akan memilih tempat berbelanja	84.370	.000
5	Kenyamanan toko ritel menarik Konsumen untuk memilih tempat berbelanja	65.934	.000
6	Kebersihan toko ritel penting bagi Konsumen saat akan memilih tempat berbelanja	85.345	.000
7	Harga produk di outlet ritel penting bagi Konsumen saat memilih tempat berbelanja	36.044	.000
8	Informasi dari media iklan menarik bagi Konsumen saat memilih tempat berbelanja	.692	.875
9	Informasi dari keluarga/ teman menarik bagi Konsumen saat memilih tempat berbelanja	54.367	.000
10	Kualitas layanan toko ritel menarik Konsumen untuk memilih tempat berbelanja	27.320	.000
11	Konsumen lebih percaya belanja di toko ritel besar daripada toko ritel kecil	11.321	.010

Tabel 2
Ranks Sikap Konsumen terhadap Nama Toko Ritel

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Nama_Toko Semarang Barat	31	63.44
Semarang Timur	59	101.70
Semarang Utara	41	100.48
Semarang Tengah	48	83.82
Total	179	

ada perbedaan yang signifikan, diterima. Dengan demikian konsumen berbelanja pada toko ritel tertentu di keempat wilayah Kota Semarang tersebut, salah satunya didasarkan oleh pertimbangan popularitas toko ritel tempat mereka berbelanja tersebut.

Tabel 3
Ranks Sikap Konsumen terhadap Popularitas sebagai Dasar Pemilihan Toko Ritel

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
S i k a p _ Popularitas _ Toko Semarang Barat	31	73.10
Semarang Timur	59	95.68
Semarang Utara	41	84.34
Semarang Tengah	48	98.77
Total	179	

Pendapat konsumen yang tidak berbeda menyangkut popularitas toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja tersebut diperkuat dari besarnya *mean rank* masing-masing wilayah di Kota Semarang yang besarnya relatif tidak berbeda jauh (lihat Tabel).

Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen yang ketiga sebesar 71.370 dengan *asympt significance* 0.000, hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Kota Semarang, yaitu bahwa kelengkapan fasilitas toko ritel merupakan hal penting

bagi konsumen untuk diperhatikan saat akan memilih tempat berbelanja tidak ada perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan kata lain bahwa tidak ada keseragaman konsumen di wilayah Kota Semarang yang menjadikan kelengkapan fasilitas toko ritel sebagai faktor penentu dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen yang dijadikan sampel pada saat mereka berbelanja pada toko ritel besar di beberapa wilayah kota Semarang tidak semuanya tergiur pada kelengkapan fasilitas toko ritel tertentu.

Tabel 4
Ranks Sikap Konsumen terhadap Kelengkapan sebagai Dasar Pemilihan Toko Ritel

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Kelengkapan _ Toko Semarang Barat	31	58.85
Semarang Timur	59	134.84
Semarang Utara	41	68.61
Semarang Tengah	48	73.27
Total	179	

Ketidakseragaman pendapat konsumen menyangkut kelengkapan fasilitas toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja tersebut dapat juga dilihat dari besarnya *mean rank* masing-masing wilayah di Kota Semarang yang besarnya relatif berbeda jauh (lihat Tabel). Semarang Timur memiliki *mean rank* 134.84 yang sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang lainnya.

Konsumen yang berada di empat wilayah Semarang tersebut berbeda pendapat menyangkut kemananan toko ritel sebagai daya tarik konsumen yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen tersebut sebesar 84.370 dengan *asymptotic significance* 0.000 (lihat Tabel), hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Semarang, yaitu bahwa keamanan toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen sebagai daya tarik saat akan memilih tempat berbelanja tidak terdapat perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan demikian konsumen berbelanja pada toko ritel tertentu di keempat wilayah Kota Semarang tersebut, tidak semuanya didasarkan oleh pertimbangan keamanan toko ritel tempat mereka berbelanja tersebut.

Tabel 5
Ranks Sikap Konsumen terhadap
Keamanan sebagai Dasar Pemilihan
Toko Ritel

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Kemamanan_Toko Semarang Barat	31	77.52
Semarang Timur	59	138.31
Semarang Utara	41	61.74
Semarang Tengah	48	62.82
Total	179	

Ketidaksamaan pendapat konsumen menyangkut keamanan toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja tersebut dapat juga dilihat dari besarnya *mean rank* masing-masing wilayah di Kota Semarang yang besarnya relatif berbeda jauh (lihat Tabel). Semarang Timur memiliki *mean rank* 138.31 yang sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang lainnya.

Hipotesis nol yang menyatakan bahwa sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Kota Semarang, yaitu bahwa kenyamanan toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen untuk diperhatikan saat akan memilih tempat berbelanja tidak ada perbedaan yang signifikan, ditolak. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *chi-square* aspek sikap konsumen yang kelima sebesar 65.934 dengan *asymptotic significance* 0.000. Dengan kata lain bahwa tidak ada keseragaman konsumen di wilayah Kota Semarang yang menjadikan kenyamanan toko ritel sebagai faktor penentu dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen yang dijadikan sampel pada saat mereka berbelanja pada toko ritel besar di beberapa wilayah kota Semarang tidak semuanya menjadikan kenyamanan fasilitas toko ritel sebagai dasar utama dalam menentukan tempat berbelanja.

Tabel 6
Ranks Sikap Konsumen terhadap
Kenyamanan sebagai Dasar Pemilihan
Toko Ritel

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Kenyamanan_Toko Semarang Barat	31	78.03
Semarang Timur	59	132.25
Semarang Utara	41	62.01
Semarang Tengah	48	69.70
Total	179	

Semarang Timur sebagaimana terlihat dalam Tabel memiliki *mean rank* 132.25 yang sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang lainnya. Hal itu menunjukkan bahwa terdapat ketidaksamaan pendapat konsumen menyangkut kenyamanan toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja.

Perbedaan pendapat konsumen di keempat wilayah Semarang tersebut terjadi terkait dengan kebersihan toko ritel sebagai daya tarik konsumen yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen keenam tersebut sebesar 85.345 dengan *asympt significance* 0.000 (lihat Tabel). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Semarang, yaitu bahwa kebersihan toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen sebagai daya tarik saat akan memilih tempat berbelanja tidak terdapat perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan demikian konsumen berbelanja pada toko ritel tertentu di keempat wilayah Kota Semarang tersebut, tidak semuanya didasarkan oleh pertimbangan kebersihan toko ritel tempat mereka berbelanja tersebut.

Tabel 7

Ranks Sikap Konsumen terhadap Kebersihan sebagai Dasar Pemilihan Toko Ritel

Ranks			
Wilayah		N	Mean Rank
Sikap_Kebersihan Toko	Semarang Barat	31	81.89
	Semarang Timur	59	137.38
	Semarang Utara	41	69.78
	Semarang Tengah	48	54.27
	Total	179	

Perbedaan pendapat konsumen tersebut diperkuat dari besarnya *mean rank* dari keempat wilayah tersebut yang berbeda jauh. Semarang Timur sebagaimana terlihat dalam Tabel memiliki *mean rank* 137.385 yang sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang lainnya. Hal itu menunjukkan bahwa terdapat ketidakseragaman pendapat konsumen menyangkut kebersihan toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja.

Hipotesis nol yang menyatakan bahwa harga produk toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen untuk diperhatikan saat akan memilih tempat berbelanja tidak ada perbedaan yang signifikan, ditolak. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen yang ketiga sebesar 36.044 dengan *asympt significance* 0.000. Dengan kata lain bahwa tidak ada keseragaman konsumen di empat wilayah Kota Semarang yang menjadikan harga produk toko ritel sebagai faktor penentu dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen di empat wilayah kota Semarang tidak semuanya memilih berbelanja pada toko ritel tertentu karena tergiur pada harga produk yang ditawarkan.

Tabel 8

Ranks Sikap Konsumen terhadap Harga Produk sebagai Dasar Pemilihan Toko Ritel

Ranks			
Wilayah		N	Mean Rank
Sikap_Harga Produk Toko	Semarang Barat	31	97.39
	Semarang Timur	59	117.43
	Semarang Utara	41	70.82
	Semarang Tengah	48	67.90
	Total	179	

Mean rank Semarang Barat, Semarang Utara, dan Semarang Tengah dalam Tabel terlihat sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang Timur yang memiliki *mean rank* 117.43. Besarnya *mean rank* yang sedemikian senjang tersebut memperkuat bukti bahwa terdapat ketidakseragaman pendapat konsumen menyangkut harga produk toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja.

Keseragaman pendapat konsumen terjadi di empat wilayah Kota Semarang yang menjadikan informasi iklan toko ritel

sebagai faktor penentu dalam memilih tempat berbelanja. Hipotesis nol yang menyatakan bahwa harga produk toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen untuk diperhatikan saat akan memilih tempat berbelanja tidak ada perbedaan yang signifikan, bisa diterima. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen tersebut sebesar 0,692 dengan *asympt significance* 0,875. Dengan kata lain bahwa Konsumen di empat wilayah kota Semarang seragam menyatakan bahwa informasi iklan mempengaruhi mereka dalam memilih toko ritel tertentu sebagai tempat berbelanja.

Tabel 9
Ranks Sikap Konsumen terhadap
Informasi Iklan sebagai Dasar
Pemilihan Toko Ritel

Ranks			
	Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Iklan_Toko	Semarang Barat	31	90.35
	Semarang Timur	59	92.59
	Semarang Utara	41	84.33
	Semarang Tengah	48	91.43
	Total	179	

Bukti yang memperkuat bahwa pendapat konsumen tidak berbeda menyangkut informasi iklan toko ritel sebagai daya tarik mereka dalam memilih tempat berbelanja tersebut dapat dilihat dari besarnya *mean rank* masing-masing wilayah di Kota Semarang yang besarnya relatif tidak berbeda jauh (lihat Tabel).

Perbedaan pendapat konsumen di keempat wilayah Semarang terjadi terkait dengan informasi dari keluarga atau teman tentang toko ritel sebagai daya tarik konsumen yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen keenam tersebut sebesar 27.320 dengan *asympt significance* 0.000 (lihat Tabel). Hal tersebut menunjukkan bahwa

hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Semarang, yaitu bahwa informasi dari keluarga atau teman tentang toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen sebagai daya tarik saat akan memilih tempat berbelanja tidak terdapat perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan demikian konsumen berbelanja pada toko ritel tertentu di keempat wilayah Kota Semarang tersebut, tidak semuanya didasarkan oleh pertimbangan informasi dari keluarga atau teman tentang ritel tempat mereka berbelanja tersebut.

Tabel 10
Ranks Sikap Konsumen terhadap
Informasi dari Keluarga/Teman sebagai
Dasar Pemilihan Toko Ritel

Ranks			
	Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_KeluargaTeman	Semarang Barat	31	114.90
	Semarang Timur	59	71.79
	Semarang Utara	41	73.00
	Semarang Tengah	48	110.82
	Total	179	

Mean rank Semarang Barat (114.90) dan Semarang Tengah (110.82) dalam Tabel terlihat sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang Timur (71.79) dan Semarang Utara (73.00). Besarnya *mean rank* yang sedemikian senjang tersebut memperkuat bukti bahwa terdapat ketidaksamaan pendapat konsumen menyangkut informasi dari keluarga atau teman tentang toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja.

Perbedaan pendapat konsumen di keempat wilayah Semarang terjadi terkait dengan layanan yang diberikan toko ritel sebagai daya tarik konsumen yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja. Nilai *chi-square* aspek sikap konsumen

tersebut sebesar 54.367 dengan *asymptotic significance* 0.000 (lihat Tabel). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Semarang, yaitu bahwa layanan yang diberikan toko ritel merupakan hal penting bagi konsumen sebagai daya tarik saat akan memilih tempat berbelanja tidak terdapat perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan demikian konsumen berbelanja pada toko ritel tertentu di keempat wilayah Kota Semarang tersebut, tidak semuanya didasarkan oleh pertimbangan layanan yang diberikan toko ritel tempat mereka berbelanja tersebut.

Tabel 11
Ranks Sikap Konsumen terhadap Layanan sebagai Dasar Pemilihan Toko Ritel

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Layanan_Toko Semarang Barat	31	85.02
Semarang Timur	59	127.93
Semarang Utara	41	63.15
Semarang Tengah	48	69.53
Total	179	

Perbedaan pendapat konsumen tersebut diperkuat dari besarnya *mean rank* dari keempat wilayah tersebut yang berbeda jauh. Semarang Timur sebagaimana terlihat dalam Tabel memiliki *mean rank* 127.93 yang sangat berbeda jauh dengan wilayah Semarang lainnya. Hal itu memperkuat bukti bahwa terdapat ketidakseragaman pendapat konsumen menyangkut layanan yang diberikan toko ritel sebagai daya tarik mereka yang dijadikan dasar dalam memilih tempat berbelanja.

Sepuluh atribut yang melekat pada toko ritel besar telah ditanyakan kepada para konsumen di keempat wilayah Kota Semarang apakah masing-masing atribut

tersebut menjadi dasar pertimbangan mereka dalam memilih toko ritel sebagai tempat berbelanja. Berikutnya pada pertanyaan kesebelas, ditanyakan apakah mereka lebih percaya untuk berbelanja di toko ritel besar dibandingkan berbelanja di toko ritel kecil. Hasilnya ternyata terjadi perbedaan pendapat konsumen di keempat wilayah Semarang terjadi terkait dengan pertanyaan tersebut. Nilai *chi-square* dari sikap konsumen tersebut sebesar 11.321 dengan *asymptotic significance* 0.010 (lihat Tabel). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis sikap konsumen menyangkut toko ritel di wilayah Semarang, yaitu bahwa konsumen lebih percaya berbelanja di toko ritel besar daripada berbelanja di toko ritel kecil tidak terdapat perbedaan yang signifikan, ditolak. Dengan demikian tidak semua konsumen sepakat lebih percaya berbelanja pada toko ritel besar di keempat wilayah Kota Semarang tersebut daripada berbelanja di toko ritel kecil.

Tabel 12
Ranks Sikap Konsumen Lebih Percaya Belanja di Toko Ritel Besar

Ranks		
Wilayah	N	Mean Rank
Sikap_Pada_Toko_Besar Semarang Barat	31	63.55
Semarang Timur	59	90.01
Semarang Utara	41	96.87
Semarang Tengah	48	101.21
Total	179	

Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap sikap konsumen menyangkut sepuluh atribut yang melekat pada toko ritel yang meliputi nama toko, popularitas toko, kelengkapan fasilitas toko, keamanan toko, kenyamanan toko, kebersihan toko, harga produk, informasi dari media iklan, informasi dari keluarga/teman, serta kualitas layanan toko di empat wilayah Kota Semarang, ternyata hanya dua yang

memiliki tanggapan yang seragam dari konsumen, yaitu popularitas toko dan informasi dari media iklan yang dibuat oleh toko ritel. Hasil ini dapat dimaknai bahwa tingkat popularitas toko ritel dan informasi dari media iklan tentang toko ritel yang masuk dalam benak konsumen dapat menentukan perilaku mereka dalam menentukan pilihan toko ritel tempat mereka belanja.

Hasil temuan ini dapat dijelaskan dengan apa yang disampaikan oleh lembaga survey Nielsen. Kenaikan pendapatan masyarakat mengubah perilaku konsumen Indonesia. Mau tak mau, produsen juga menyiasati perubahan itu dengan meningkatkan belanja iklan dan menambah varian produk mereka. Menurut *Executive Director of Client Leadership Nielsen*, Venu Madhav, produsen melakukan beberapa strategi pemasaran dengan menyediakan barang lebih banyak di beberapa outlet. Produsen juga mengeluarkan uang lebih banyak untuk belanja iklan. Nielsen audit ritel mencatat pengeluaran iklan untuk produk kelas menengah meningkat, seperti keju naik 32 persen, makanan beku meningkat 39 persen, dan popok bayi naik 70 persen.

Sementara itu, kategori kelas atas, belanja untuk *hair conditioner* (pelembut rambut) naik 22 persen, produk susu cair naik 52 persen, dan pasta gigi naik 35 persen. Iklan adalah faktor penarik konsumen yang signifikan. Dijelaskannya, bahwa produsen harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen kelas atas dan menengah. Konsumen kelas atas lebih memperhatikan kenyamanan, kesehatan dan gaya hidup serta mendorong inovasi. Sementara itu, untuk konsumen menengah

ke bawah, produsen harus memperhatikan ketersediaan ukuran produk yang lebih kecil dengan harga terjangkau. Seperti diketahui, meningkatnya pendapatan akan mengubah perilaku konsumsi. Konsumen kini lebih rela mengeluarkan uang mereka, dan berani membeli kategori produk yang tidak pernah dipertimbangkan sebelumnya. Konsumen yang sudah membeli produk tersebut akan menggunakannya lebih sering atau mencari versi premium produk tersebut (Detik Finance, 2011).

Dalam literatur, citra toko didefinisikan sebagai cara toko untuk bisa dirasakan oleh pembeli dan didefinisikan dalam pikiran pembeli (misalnya Hartman dan Spiro 2005). Cornelius, Natter and Faure (2008), menunjukkan bahwa citra toko secara signifikan dipengaruhi oleh etalase yang ditampilkan dan pilihan tampilan yang tepat yang visualnya konsisten dengan citra toko ritel yang diinginkan. Tingkat popularitas toko bisa dibangun atau ditingkatkan melalui pencitraan yang positif, seperti misalnya ditunjukkan melalui penataan layout etalase yang menarik dan konsisten pada toko ritel.

Pan dan Zinkhan (2006) dengan meta analysis menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan pelanggan ke toko sangat dipengaruhi oleh citra toko dan sikap. Dalam dekade terakhir, meningkatnya kompetisi (harga) telah memaksa toko ritel tradisional untuk mencari strategi diferensiasi dalam dan di luar toko. Pengelola toko ritel berkeinginan untuk menjadi toko pilihan bagi pelanggan. Peritel akan berupaya sedemikian rupa agar dianggap sebagai yang bisa diandalkan atau menyenangkan oleh konsumen. Profesionalitas nampaknya

telah disadari betul dan diupayakan dengan keras realisasinya hingga mampu mencitrakan toko ritel sebagai pihak yang penting dan profesional untuk dipilih konsumen. Upaya-upaya konkret yang mewujudkan bentuk profesionalitas dan menjanjikan kepuasan tersendiri bagi konsumen tersebut disebarluaskan melalui bahasa dan visualisasi di media iklan yang menarik dan menggugah kesadaran berperilaku konsumen dalam berbelanja.

Dari situlah reputasi dan popularitas yang tinggi didapatkan toko ritel, yang kemudian berujung pada semakin dikenalnya toko ritel oleh konsumen dan konsumen potensial. Toko ritel kecil dapat belajar dari kesuksesan toko ritel besar dalam memenangkan persaingan untuk merebut hati para konsumen. Popularitas dan pesan informasi lewat media merupakan kunci untuk bisa dikinel dan dipercaya pelanggan. Namun yang lebih penting untuk disadari adalah upaya-upaya profesional dan kerja keras sebelum munculnya popularitas itu yang harus menjadi perhatian serius. Popularitas yang tinggi tidak datang dengan tiba-tiba dan tanpa proses, tetapi butuh perjuangan, keuletan, perencanaan, kejelian, inovasi, jaringan, teknologi dan berbagai keahlian tinggi di bidang ritel.

Dari hasil penelitian ini juga bisa mengungkap bahwa sebenarnya masih cukup terbuka peluang besar bagi toko ritel kecil di wilayah Kota Semarang untuk tetap eksis dalam industri ini. Hal ini dapat dilihat dari temuan penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat banyak perbedaan pendapat konsumen menyangkut apakah nama toko, kelengkapan fasilitas toko, keamanan toko, kenyamanan toko, kebersihan toko, harga

produk, informasi dari keluarga/teman, serta kualitas layanan mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih toko ritel sebagai tempat untuk berbelanja. Artinya, bahwa semua atribut tersebut yang secara kualitas rata-rata lebih tinggi dimiliki oleh toko ritel besar daripada toko ritel kecil, tidak merupakan faktor yang signifikan atau utama yang mampu mempengaruhi semua perilaku mereka dalam memilih toko ritel. Dengan kata lain sebenarnya masih cukup banyak konsumen dalam menentukan toko ritel pilihannya tidak semata-mata mendasarkan diri pada pertimbangan sejumlah aspek/atribut tersebut. Kekhawatiran yang sering muncul menghinggapi pikiran para pengelola toko ritel kecil karena tidak bisa mengimbangi toko ritel besar pada sejumlah aspek/atribut di atas sebenarnya bukan menjadi alasan yang cukup rasional bagi pengelola toko ritel kecil untuk merasa kalah sebelum bertanding.

Hasil temuan terakhir dari penelitian ini yang menunjukkan adanya perbedaan pendapat konsumen menyangkut pertanyaan apakah mereka lebih percaya berbelanja di toko ritel besar dibandingkan berbelanja di toko ritel kecil, menjelaskan fakta bahwa sebenarnya masih terdapat cukup besar konsumen di wilayah Kota Semarang ini yang *welcome* dengan toko ritel kecil sebagai tempat berbelanja mereka. Jumlah konsumen dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah masih lebih besar dibandingkan dengan jumlah konsumen dengan tingkat pendapatan menengah ke atas. Artinya, dilihat dari kemampuan daya beli konsumen kelompok pendapatan menengah ke bawah ini, berbelanja di toko ritel kecil lebih rasional dibandingkan

mereka berbelanja di toko ritel besar. Berbelanja di toko ritel besar bila dihitung dengan cermat sebenarnya mengandung biaya yang lebih besar, karena ada biaya-biaya di luar harga produk yang dibeli yang harus dikeluarkan, misalnya biaya transportasi, biaya parkir, biaya pajak yang lebih tinggi, dan sebagainya. Walaupun konsumen kelompok pendapatan menengah ke bawah ini berbelanja ke toko-toko ritel besar, logikanya mereka tidak dalam frekuensi kunjungan yang sering, dan tidak dengan kuantitas belanjaan yang besar, mengingat kemampuan daya belinya yang terbatas. Mereka cenderung akan berfikir sangat ekonomis dalam berperilaku beli memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian kelompok konsumen ini dalam memenuhi kebutuhan hidupnya akan lebih banyak berbelanja pada tempat-tempat yang menjanjikan keekonomisan tinggi. Sebagian besar kebutuhan hidupnya justru dipenuhi melalui toko-toko kecil. Inilah peluang besar bagi toko ritel kecil untuk menangkapnya sebagai potensi besar yang dapat menjamin keberlangsungan usahanya.

Logika berfikir seperti disebutkan di depan seolah bertentangan dengan hasil temuan lain dari penelitian ini, yaitu bahwa popularitas dan informasi dari media iklan sedemikian penting menjadi dasar konsumen memilih toko ritel sebagai tempat untuk berbelanja. Sebenarnya logika berfikir tersebut tidak bertentangan secara diametral. Kita mesti harus memperhatikan bagaimana perilaku konsumen yang datang berbelanja ke toko-toko ritel besar. Mereka akan sedemikian termotivasi belanja ke toko-toko ritel besar kalau ada informasi iklan tentang adanya promosi pemasaran,

berupa pemberian *discount* besar-besaran, cuci gudang, promo produk murah minggu ini, dan seterusnya. Kebanyakan mereka datang hanya membeli produk-produk yang sedang dipromosikan dengan harga ekonomis tersebut.

Pada prinsipnya pemberdayaan toko-toko ritel kecil masih mempunyai peluang keberhasilan tinggi apabila semua pengelola toko ritel dan semua pihak yang berkepentingan saling menyadari dan serius bahu-membahu bekerjasama, bersinergi, serta bersimbiosis mutualisma (saling menguntungkan semua pihak). Program-program riil pemberdayaan harus dibuat melalui perencanaan yang sistematis, terukur, transparan, dan profesional. Dari tataran ide, terapannya hingga capaiannya harus dirumuskan dengan baik. Bagaimana mengadopsi sistem yang telah dikembangkan toko ritel besar, bagaimana mengakses modal, bagaimana membangun jaringan untuk mewujudkan efisiensi operasional dan bisnis, bagaimana sistem pembinaannya, bagaimana sistem teknologi yang digunakan, bagaimana sistem manajemen keuangannya, bagaimana desain toko dan tata letak yang menarik, bagaimana bentuk standar layanan yang diberikan, bagaimana sistem evaluasinya, bagaimana perekrutan tenaga kerja dan pendidikan-latihannya sehingga siap dipekerjakan secara profesional, bagaimana membangun kerjasama dengan institusi terkait dalam meningkatkan kinerja, bagaimana membangun rantai pasokan, bagaimana pengurusan masalah legalitas usaha dan kebijakan perpajakan yang mampu memotivasi pelaku ritel, dan sebagainya, merupakan hal-hal yang seharusnya dipersiapkan secara serius.

Upaya ini akan berhasil bila didekati melalui kebijakan lintas Kementerian, lintas disiplin ilmu, dan lintas profesi.

Pengembangan jaringan dalam pemberdayaan ini merupakan sesuatu yang sangat urgent untuk memberi kekuatan super bagi toko ritel kecil ini. Terkait dengan jaringan yang harusnya direalisasikan adalah jaringan antar toko ritel kecil, jaringan dengan para pabrik, jaringan dengan para pedagang perantara, jaringan dengan Kementerian terkait, jaringan dengan perguruan tinggi, jaringan dengan pelanggan, serta jaringan dengan lembaga keuangan-perbankan. Jaringan ini harus didukung dengan teknologi agar efisien dan efektif, serta harus ada pengelola khusus yang mungkin bisa di bawah Kementerian terkait. Fungsi jaringan ini untuk *share* informasi, memangkas biaya operasional; mendapatkan produk berkualitas, murah, dan bervariasi; mendapatkan sumber pembiayaan murah; mendapatkan informasi terkini tentang perkembangan harga produk, perkembangan bisnis, peluang bisnis baru; manajemen usaha dan sebagainya.

PENUTUP

Dalam dekade terakhir, meningkatnya kompetisi (harga) telah memaksa toko ritel tradisional untuk mencari strategi diferensiasi dalam dan di luar toko. Toko ritel kecil dapat belajar dari kesuksesan toko ritel besar dalam memenangkan persaingan untuk merebut hati para konsumen. Masih cukup terbuka peluang besar bagi toko ritel kecil di wilayah Kota Semarang untuk tetap eksis dalam industri ini. Pada prinsipnya pemberdayaan toko-toko ritel kecil masih mempunyai peluang keberhasilan tinggi apabila semua pengelola toko ritel dan

semua pihak yang berkepentingan saling menyadari dan serius bahu-membahu bekerjasama, bersinergi, serta bersimbiosis mutualisma (saling menguntungkan semua pihak). Program-program riil pemberdayaan harus dibuat melalui perencanaan yang sistematis, terukur, transparan, dan profesional. Dari tataran ide, terapannya hingga capaiannya harus dirumuskan dengan baik. Upaya ini akan berhasil bila didekati melalui kebijakan lintas Kementerian, lintas disiplin ilmu, dan lintas profesi. Pengembangan jaringan dalam pemberdayaan ini merupakan sesuatu yang sangat urgent untuk memberi kekuatan super bagi toko ritel kecil.

Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap sikap konsumen menyangkut sepuluh atribut yang melekat pada toko ritel yang meliputi nama toko, popularitas toko, kelengkapan fasilitas toko, keamanan toko, kenyamanan toko, kebersihan toko, harga produk, informasi dari media iklan, informasi dari keluarga/teman, serta kualitas layanan toko di empat wilayah Kota Semarang, ternyata hanya dua yang memiliki tanggapan yang seragam dari konsumen, yaitu popularitas toko dan informasi dari media iklan yang dibuat oleh toko retail. Hasil ini dapat dimaknai bahwa tingkat popularitas toko ritel dan informasi dari media iklan tentang toko ritel yang masuk dalam benak konsumen dapat menentukan perilaku mereka dalam menentukan pilihan toko ritel tempat mereka belanja.

Daftar Pustaka

Anuradha Kalhan, 2007, Impact of Malls on Small Shops and Hawkers, *Economic and Political Weekly*, June 2.

- Balakrishnan, A., Pangburn M.S., Stavroulakis E., 2005. *Integrating the Promotional and Service Roles of Retail Inventories*, McCombs Research Paper Series No. IROM-02-05.
- Basker, Emek, 2005. Selling a Cheaper Mousetrap: Wal-Mart's Effect on Retail Prices, *Journal of Urban Economics* 58:2 (September 2005) 203-229.
- Brázdik, F., Druska V., 2005. *Too large or too small? Returns to Scale in a Retail Network*, Working Paper Series 273 (ISSN 1211-3298).
- František Brázdik dan Viliam Druska, 2005, "Too Large or Too Small? Returns to Scale in a Ritel Network", Prague: Working Paper Series.
- Phillips, Michael, et al, 2010, "Understanding Small Private Ritel Firm Growth Using the Sustainable Growth Model", *Journal of Finance and Accountancy*.
- Suryadarma, Daniel, dkk, 2007, "Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia", Jakarta: Lembaga Penelitian SMERU.
- Tambunan, Tulus TH, dkk, 2004, *Kajian Persaingan Dalam Industri Ritel*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Verdier, M., 2006. Retail Payment Systems: What can we Learn from Two-Sided Markets? *Communications & Strategies*, no. 61, 1 quarter 2006, p. 37.

Consumer Acceptance Of E-Commerce In Indonesia

Muhammad Luthfihadi

Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung

m.luthfihadi@sbm-itb.ac.id

Abstract

Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan teknologi di salah satu situs e-commerce di Indonesia, Kaskus. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dari 223 responden pengguna Kaskus. Model penelitian ini didasarkan pada teori Technology Acceptance Model (TAM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 'Trust' berpengaruh positif terhadap 'Intended Use' tetapi, 'Perceived ease of Use' tidak berpengaruh secara signifikan terhadap 'Perceived Usefulness', dan juga 'Risk' tidak berpengaruh negatif terhadap 'Intended Use'. Konstruk baru 'Seller Status & Reputation' telah terbukti mempengaruhi secara positif terhadap konstruk 'Trust'.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), Electronic Commerce, Perceived Community, Seller Status & Reputation*

INTRODUCTION

The internet, who nowadays does not know the word of 'the internet'? Since the year of 1990 when Tim Barners Lee found web browser, which makes possible for people to explore the content from one computer to the other, the development of the internet is keep growing and growing, even until now. So, how much is the growth exactly then and now? In Indonesia, comparing from year 2000 and 2011, there is an increase of 50 million users or growing by 1000 % (Miniwatts Marketing Group, 2012). This shows that the awareness of Indonesia's people towards the internet is increasing and the numbers will still keep growing in more future years.

The reason why the internet today becoming very popular is because, the internet provide a various kind of things that fulfill the various needs of different people all over

the world, people can reading news, access to forum, online chatting, playing games, blogging, social networking, searching educational material, and also as for online business.

Online business or is more known as e-commerce is one of many results which are produced from the massive growth of the internet usage. E-commerce is a trading transaction (buying or selling) that using the internet technology as the medium.

This kind of transaction is getting popular day by day in around the world, so as in Indonesia. The growing of the internet usage itself directly influencing people to use e-commerce websites as their media to sell or buy anything they want.

There are also several reason of this e-commerce gaining popularity, they are: Easiness/Simplicity, Unlimited Verities,

Easy Comparing, and Competitive Price/ Negotiable Price.

In Indonesia there is a popular e-commerce sites named as *Kaskus*. Originally, *Kaskus* is a online community forum for Indonesian people, but in its development the website becoming more popular because one of its sub-forum, which is: FJB *Kaskus*. In this place people can buy and sell anything they want new or used, and they can placed their products without need to pay some amount of fee.

In 2011, Andrew Darwis the co-founder and current CTO of *Kaskus* stated that in 1 month the total transaction in FJB *Kaskus* has reach 400 million rupiah (42,000 US\$) (Doniismanto, 2012). In the same year, *Kaskus* also vowed by Forbes as #1 e-commerce websites in Indonesia, which makes it a high potential prospect for e-commerce market.

However, with currently there are so many competitors out there that can disrupt *Kaskus* existence in e-commerce industry, the sites cannot feel satisfied enough already for what they have already achieved. Competitors will keep developing and growing to improve their business, just like what *Kaskus* themselves. At some point or in some year a competitor invented some technology innovation that can help the e-commerce process be better. It is always a possibility in technology.

So, to avoid that, this research will provide a data to explain and describe what factors that may have a significant impact towards the acceptance of *Kaskus* with the help of Technology Acceptance Model (TAM) theory which was introduced and

popularized by Davis (1989) with several new and modified theories.

The result of research itself may be given as the consideration to *Kaskus*, for their future improvement.

LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Electronic Commerce (E-commerce)

Electronic commerce is a type of transaction of goods or services which is conducted with the media of the internet. It is open to any sides, whether it's individual, groups, or organizations. The transaction of goods and services must be ordered through the The internet, but the payment and delivery of them may be happened with the internet (online) or not (offline). (OECD, 2002)

E-commerce Types

According to Kalakota and Whinston (1997), as cited in Udayana (2012), e-commerce can be categorized into 4 (four) types:

Table 1.
E-Commerce Types

TYPES	DEFINITIONS
Business to Consumer (B2C)	Enterprises provide the commodities or services in the The internet directly and offer sufficient information and convenient interface to attract consumers to buy online in order to eliminate channel intermediaries.
Consumer to Consumer (C2C)	Website's operator is not responsible for the logistics. They only help gathering information and establishing credit-rating systems. The eBay is a good example of C2C platform.
Consumer to Business (C2B)	Consumers come as groups by topics and needs. By group body negotiations and demand aggregators, they can play a leading role for the products.
Business to Business (B2B)	By using EDI, commerce among businesses can be conducted over the The internet to integrate supply the chain and logistics to reduce costs and promote efficiency in the The internet environment.

Kaskus, the chosen e-commerce website for this research is considered as B2C and C2C types, but just like eBay, *Kaskus* is mainly the C2C type as every registered user can buy and sell new or used products. Still, there is small proportion of Business Company that directly sells in *Kaskus* through their official distributor.

Technology Acceptance Model (TAM)

According to Davis (1989), TAM is built for the researcher to find an explanation, why a certain technology may be unacceptable, and can find corrective steps. With the key purpose is to provide a foundation for tracing the impact of external factors on internal beliefs, attitudes, and intentions.

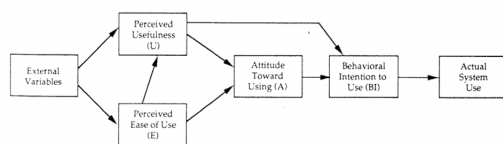


Figure 1. Technology Acceptance Model (TAM)

After its first publication, Technology Acceptance model has been modified into some new model like there is *Technology Acceptance Model 2* (Venkatesh & Davis, 2000), *Technology Acceptance Model 3* (Venkatesh & Bala, H, n.d.), then *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* (Venkatesh, et al., 2003). In e-commerce scope, there are already several researches like: Koch et al. (2011), Gefen et al. (2011), and Pavlou (2003). These 3 researches are used in this study as main theories to build our own TAM conceptual design.

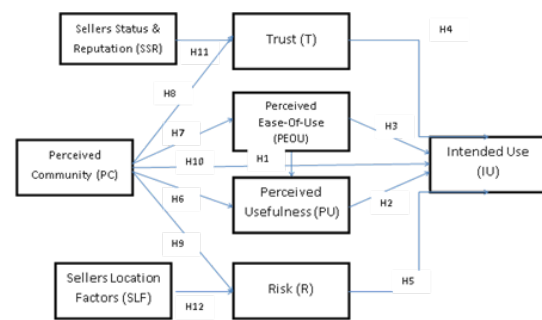


Figure 2. New Research Model

Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intended Use

Intended use is a behavioural tendency of people to keep using a certain technology. The level of intention to use can be predicted by their behaviour towards that certain technology.

Gefen et al. (2003) define Perceived Usefulness (PU) as a criterion of the individual's subjective opinion on the utility (useful or not) offered by the certain technology in task-related context. While, Perceived Ease of Use (PEOU) is a cognitive effort (hard or easy) needed to learn and apply the new technology.

H1: Perceived Ease-Of-Use positively affects Perceived Usefulness

H2: Perceived Usefulness positively affects Intended Use of *Kaskus*

H3: Perceived Ease-Of-Use positively affects Intended Use of *Kaskus*

Trust, Intended Use

Schurr and Ozanne (1985) as cited in Gefen et al. (2003), define trust as a belief that promises are reliable and obligations will be fulfilled. The promises and obligations in the definition apply on both buyer and seller, but for this context the trust itself will be more from the perspective from

buyer to seller. Another theory also stating that trust is the expectation that an actor (seller) will agree to 3 conditions. (1) Fulfill its obligations, (2) be predictable, and (3) Be fair and not opportunistic (Zaheer et al., 1998 cited in Gefen et al., 2003).

H4: Trust positively affects Intended Use of *Kaskus*

2.2.3. Risk, Intended Use

The definition of risk has several amount of meaning. Related to the e-commerce context, Cox and Rich (1964) refer risk as the overall amount of uncertainty perceived by consumer in a particular purchase situation. Another study revealed that the risk of consumer in e-commerce industry is greater than the commerce in conventional/physical stores, because of e-commerce's distribution and impersonal nature. (Zhou et al., 2007)

H5: Risk negatively affects Intended Use of *Kaskus*

Perceived Community

According to Koch et al. (2011) perceived community characteristics in TAM is built from 3(three) components: (1) Community size, (2) Structure of community and (3) Number of lead-users perceived.

Community size is a number of users that actively participate in community content by giving comment and ratings. Research by Trusov et al (2009) and Li (2004), verifying that when the size is getting larger, the likeliness to generate more word-of-mouth effect is also bigger. For the community itself, the size can generates revenue through an indirect network effect. Structure of community is referring to the construct activity, distribution of activity,

and the number of lead-users, which is used as separate factors by Koch et al. (2011)

Lead-user is defined by Schreir et al., (2006) as people that have been shown before other users. With them, the community can be more attractive and the acceptance by other users is more likely to happen (Koch et al., 2011).

H6: Perceived Community positively affects Perceived Usefulness

H7: Perceived Community positively affects Perceived Ease of Use

H8: Perceived Community positively affects Trust

In addition, there has been no research yet regarding the effects of Perceived Community towards Intended Use (I) or towards Risk.

H9: Perceived Community negatively affects Risks

H10: Perceived Community positively affects Intended Use

Sellers Status & Reputation

According to Bruno Jullien and In-Uck Park in Seller Reputation and Trust in Pre-Trade Communication (2011), reputation of seller can be divided into 2 (two) dimensions. First, reputation is reflecting into the ability of the seller that they can deliver a good/service in good quality which is believed by the potential customers. Secondly, it also reflects the 'trust' that labeled by the potential customer, based on how the seller giving information prior to the transaction, concerning several aspects, for example about the quality and suitability. They believe that those two dimensions have a relation.

Seller reputation is very important asset for a seller, because on day to day basis the potential customer is choosing the seller based on their reputation. Especially, in the condition where the quality of the good or service is hard to measure and the customer cannot figure out exactly what outcome that they will be expecting. (Bar-Issac, H. & Tadelis, S., 2008)

H11: Sellers Status & Reputation positively affects Trust

Sellers Location Factors

In the research of Hortacsu et al (2009), as cited in Lieber and Syverson (2011) found out that on e-commerce website of eBay and MercadoLibre, the volume exchanges of trading decreases with distance. This means that the buyer more prefer to transact with the seller that live in the same city rather than the seller outside their area, as this apply too towards seller to buyer.

Blum and Goldfarb (2006), as cited in Lieber and Syverson (2011) stated that the geographic location also matters for digital goods like downloadable music and videos, where there is not involving transport or any other trade costs.

Those research shows the fact that people has a more tendency to choose a seller in e-commerce site which is located the nearest or even in the same city with them. This occur because of the nature of e-commerce itself where the potential customer cannot see directly the real condition of the goods itself, only relying on the picture which is given in the sites. So, to seek the proof whether there will be affects between Seller Location Factors and Risks, the hypothesis is:

H12: Sellers Location Factors negatively affects Risk

Table. 2
HYPOTHESIS OF THE RESEARCH

	<i>Description</i>
H1	<i>Perceived Ease-Of-Use positively affects Perceived Usefulness</i>
H2	<i>Perceived Usefulness positively affects Intended Use</i>
H3	<i>Perceived Ease-Of-Use positively affects Intended Use</i>
H4	<i>Trust positively affects Intended Use</i>
H5	<i>Risk negatively affects Intended Use</i>
H6	<i>Perceived Community positively affects Perceived Usefulness</i>
H7	<i>Perceived Community positively affects Perceived Ease of Use</i>
H8	<i>Perceived Community positively affects Trust</i>
H9	<i>Perceived Community negatively affects Risks</i>
H10	<i>Perceived Community positively affects Intended Use</i>
H11	<i>Sellers Status & Reputation positively affects Trust</i>
H12	<i>Sellers Location Factors negatively affects Risk</i>

RESEARCH DESIGN

Respondents

For Structural Equation Modeling (SEM) analysis, to determine the number of sample has its own rules. According to Ferdinand, A (2002, p.51), as cited in (Ibna, A., 2009), the number of sample which must be fulfilled for using SEM is at least 100 sample (≥ 100). Also, using Partial Least Square (PLS) path modeling the needed sample size is minimum 30 to 100 cases. (Yamin and Kurniawan, 2011). So, I feel

200 or more respondents are sufficient enough based on those theories.

There are 223 respondents for this research; the respondents are the *Kaskus* users who have shopped in the sites at least one times in the last 3 months, who's gathered directly from *Kaskus* website.

The result of demographic background as it follows: 91% is male, 9% female. Majority of the age is 20-24 with 44%, then 15-19 with 26%, so it combined to 70%, while the rest of them on group of 25+ are covering 30%. In occupation, 53% are students, followed by employees with 28%, and the other 19% varies from teacher, self-employment and unoccupied.

In terms of the longevity of knowing *Kaskus* sites, 50% of them have known for more than 3 years, 29% have known it for 2-3 years, and the last 21% of them have known for less than 2 years. For the frequencies of shopping in *Kaskus* for last 3 months, 56% have shopped for 1-2 times. 28% have shopped for 3-5 times, and the rest of 16% have shopped more than 5 times.

Measurements

In this research there are 8 constructs with the total indicators of 50: Perceived Community, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Seller Status & Reputation, Seller Location Factors, Trust, Risk, and Intended Use (Complete table is on appendix).

Measurement scale for all indicators is using Likert scale of 1 – 6. With each of the scale as this follow: 1 = *Strongly Disagree*, 2 = *Disagree*, 3 = *Tend to Disagree*, 4 = *Tend*

to Agree, 5 = *Agree*, 6 = *strongly agree*. The decision to use Likert scale of 6 rather than traditional 5 or 7 is to avoid central tendency problem, which Indonesian people quite often if given a middle choice they will choose that answer.

The constructs is based on previous TAM researches in e-commerce scope, the references are from: Koch et al. (2011), Gefen et al. (2011), and Pavlou (2003).

Data Collection & Analysis

The data is collected through the online questionnaire by using obsurvey.com. The process is helped by XLSTAT version 2012.5.01 software, which is specialized software that built to analyse interdependence problems with Partial Least Square Method (PLS).

PLS is a model equation Structural Equation Modeling (SEM) based components or variants. According to Haenlein (2004), PLS is an alternative approach that shifts from a covariance-based SEM approach based variant. Covariance-based SEM generally tests causality or theories while PLS is more predictive models. PLS is a powerful analytical method because it is based on many assumptions. For example, the data should not be normally distributed; the sample does not need to be big. Also, it can be used to confirm the relatively new theory.

For analysis step of Structural Equation Modeling with using Partial Least Square is the measurement model. This evaluation consists of convergent validity and discriminant validity. Convergent validity has 3 types of examination: reliability item

(validity of each indicator), composite reliability and average variance extracted (AVE). Then, the last analysis step is Goodness-of-Fit Index (GoF) before evaluating the structural model as a whole.

RESULT AND DISCUSSION

Reliability and Validity Analysis

Table 3.
RELIABILITY ITEM

Latent variable	Manifest variables	Standardized loadings	Critical ratio (CR)
PC	PC1	0.724	13.581
	PC2	0.645	11.997
	PC3	0.751	19.924
	PC4	0.756	15.052
	PC5	0.833	27.011
	PC6	0.813	22.512
	PC7	0.491	6.021
SSR	SSR1	0.781	18.646
	SSR2	0.832	30.936
	SSR3	0.767	20.626
	SSR4	0.831	25.781
	SSR5	0.730	11.556
	SSR6	0.797	16.832
	SSR7	0.646	7.958
	SSR8	0.511	5.006
T	T1	0.829	29.443
	T2	0.812	27.532
	T3	0.782	22.001
	T4	0.848	31.490
	T5	0.872	31.754
	T6	0.806	24.727
	T7	0.857	42.836
SLF	SLF1	0.851	31.719
	SLF2	0.855	24.348
	SLF3	0.735	12.839
	SLF4	0.767	15.917
	SLF5	0.570	6.899
PEOU	PEOU1	0.704	14.197
	PEOU2	0.743	15.768
	PEOU3	0.697	12.074
	PEOU4	0.708	14.144
	PEOU5	0.761	19.310
	PEOU6	0.763	19.667
PU	PU1	0.857	31.994
	PU2	0.860	32.239
	PU3	0.888	38.633
	PU4	0.799	21.553
	PU5	0.678	14.138
	PU6	0.745	21.220
R	R1	0.819	26.097
	R2	0.849	26.873
	R3	0.850	29.056
	R4	0.847	25.647
	R5	0.809	21.072
	R6	0.820	24.672
IU	IU1	0.802	23.902
	IU2	0.669	10.410
	IU3	0.835	16.755
	IU4	0.812	19.741
	IU5	0.839	25.008

According to Chin (1998) the factor loadings value should be at least 0.5 to be

considered acceptable. In Table 1, from 50 items of indicators there is only 1 indicator which has value below the acceptable range, which is PC7 (0.491) and will be excluded from the analysis.

The value represents that on each variables or indicators is validating to their construct. Using "PC" latent variable as example, the construct latent has 6 indicators (PC1, PC2, PC3, PC4, PC5, and PC6) which all of them has loading values greater than 0.5. This indicates that those 6 indicators have a good validity level and they considered as valid indicators to measure the PC (Perceived Community) construct.

Table 4.
COMPOSITE RELIABILITY

Latent variable	Dimensions	Cronbach's alpha	D.G.rho (PCA)
PC	6	0.853	0.891
SSR	8	0.880	0.906
T	7	0.925	0.939
SLF	5	0.820	0.877
PEOU	6	0.823	0.874
PU	6	0.886	0.914
R	6	0.912	0.932
IU	5	0.837	0.885

Table 2 above shows the composite reliability which the measurement is analysed through the Cronbach's alpha and D.G. rho (PCA). The value which is considered as acceptable for both of them is greater than 0.7 (Nunnally and Bernstein, 1994). If the value >0.7 it means the latent variable/construct (PC, SSR, T, SLF, PEOU, PU, R, and IU) has a good reliability as a measurement tools for the whole model.

Based on the result from the table above,

all 8 constructs has the value of cronbach's alpha and D.G rho (PCA) that greater than 0.7 which makes all of them has a good reliability and can be used for further analysis.

Table 5.

AVERAGE VARIANCE EXTRACTED

Latent variable	Type	Mean Communalities (AVE)
PC	Exogenous	0.583
SSR	Exogenous	0.554
T	Endogenous	0.689
SLF	Exogenous	0.581
PEOU	Endogenous	0.533
PU	Endogenous	0.653
R	Endogenous	0.691
IU	Endogenous	0.630

The next step of evaluation is a checking towards average variance extracted (AVE). Forenell and Larcker (1981) suggest, when the value is greater than 0.5; it can be said that the latent construct has a good convergent validity, otherwise the construct becomes questionable and should not proceed to further analysis. Table 3 shows the AVE of each constructs. Based on above table, all the AVE value of each latent construct is greater than 0.5. The greater of AVE value, it means also the greater of the indicators representation towards theirs construct.

Table 6.

GOODNESS-OF-FIT INDEX

	GoF	Standard error	Critical ratio (CR)
Absolute	0.489	0.032	15.243
Relative	0.874	0.022	39.357
Outer model	0.996	0.003	336.204
Inner model	0.877	0.021	41.121

The last evaluation step is looking into goodness of fit (GoF absolute). Table 4 above is showing the value of GoF Index. The value which is needed to be look is on the second column of second row, the value is: 0.489.

So, the structural model have GoF value of = 0.489. This value is considered as a GoF-large because it has the value which greater than 0.36 (Cohen, 1988). It means this model has a high ability to explain the empirical data as a whole.

Evaluating Structural Model

After evaluating the measurement model, the next step is to evaluate outer model or structural model. To evaluate, first thing to do is seeing the significance of relation between construct. This can be seen from the path value which is describing the strength of affects from one construct to the other.

A path coefficient between one construct to the other can be considered as significant if, the desired paths is greater than zero for positive relationship and less than zero for negative relationship

Table 7.

STRUCTURAL MODEL RESULTS

	Description	Path Value	t	Pr> t	Results
H1	PEOU positively affects PU	0.362	6.394	0.000	Accepted
H2	PU positively affects IU	0.425	5.849	0.000	Accepted
H3	PEOU positively affects IU	0.080	1.250	0.213	<i>Not Accepted</i>
H4	T positively affects IU	0.285	4.469	0.000	Accepted

H5	R negatively affects IU	0.157	3.360	0.001	<i>Not Accepted</i>
H6	PC positively affects PU	0.468	8.280	0.000	Accepted
H7	PC positively affects PEOU	0.607	11.368	0.000	Accepted
H8	PC positively affects T	0.474	7.305	0.000	Accepted
H9	PC negatively affects R	-0.114	-1.814	0.071	Marginally Accepted
H10	PC positively affects IU	0.061	0.925	0.356	<i>Not Accepted</i>
H11	SSR positively affects T	0.152	2.344	0.020	Accepted
H12	SLF negatively affects R	0.464	7.373	0.000	<i>Not Accepted</i>

*Notes:

Accepted : Significant at 0.05 levels

Marginally Accepted : Significant at 0.1 levels

Not Accepted : Not Significant

Discussion/Interpretation

Based on the structural model result (Table 7, p.6-7), which resulting hypothesis testing (H1-H11), here is the interpretation of each hypothesis:

1. Perceived ease-of-use (PEOU) is positively significant towards perceived usefulness (PU). It means *Kaskus* as an e-commerce, if the site is easier to use, the greater chance it also useful to shop for the users.
2. Perceived usefulness (PU) is positively significant towards Intended Use (IU). It proves that, the more useful *Kaskus* is acting as an online market (e-commerce), the more it will be used

by the consumers.

3. Perceived ease-of-use (PEOU) is insignificant towards intended use (IU). This means the easiness in *Kaskus* does not directly influence the use, but it also need to be combined with the usefulness (Hypothesis 1) to affect intended use.
4. Trust (T) is positively significant towards intended use (IU). It shows that the more of belief on *Kaskus*, it can create a positive attitude towards the consumer so consumers will not hesitate to do an online transaction in *Kaskus*.
5. Risk (R) is insignificant towards intended use (IU). This means, there are 2 (two) reason. Firstly, *Kaskus* considered as really a safe place for online shopping. The second reason, the website may not safe as it sound, but because not many people is quite educated or understand of the risk in buying from e-commerce website like *Kaskus*.
6. Perceived community (PC) is positively significant towards perceived usefulness (PU). This proves *Kaskus* role as a community based e-commerce become useful to the potential consumers. The comment and ratings which provided in the marketplace becomes a deciding factor for consumer to buy or not.
7. Perceived community (PC) is positively significant towards perceived ease of use (PEOU). For *Kaskus*, the community is becoming important place to ask about certain seller or items to the experienced users (lead users); so, it can make easier

for people to make buying decision.

8. Perceived community (PC) is positively significant towards trust (T). In *Kaskus* people can freely adding a new content on the form of a new forum thread discussion, or a member can voluntarily becoming a moderator to make sure some discussion is in the right track. With this type of effect, the members are building the trust toward *Kaskus* consciously or unconsciously.
9. Perceived community (PC) is significant with negative relationship towards risk (R). This means that, as the network size in *Kaskus* is getting bigger (rapid growth of members' number); the possibility of many types of risks is getting higher.
10. Perceived community (PC) is insignificant towards intended use (IU). It means, the community aspect in *Kaskus* will not affecting the intention to use the website directly.
11. Seller status & reputation (SSR) is significant towards trust (T). It shows that, *Kaskus* method of implementing status and reputation may be considered effective for collecting the trust from its members.
12. Seller location factors (SLF) is insignificant towards risk (R). This means, the seller location factors in *Kaskus* does not consider as a risk for the potential consumers.

CONCLUSION &

RECOMMENDATION

This research has proved several previous theories in e-commerce scope. Hypothesis 1, 2, 4 has a significant impact from one construct to the other. Especially regarding the trust that positively affects Intended Use, this confirms the theory from Gefen et al. (2011). However, there is also a contrary result from the previous theory from Pavlou (2003) which Perceived Ease of Use is insignificant towards Intended Use, and also Risk is not negatively affects Intended Use.

In Perceived Community construct, the hypothesis 6, 7, 8, and 9 is also confirming the previous finding of Koch et al. (2011) which significant towards Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust and Risk.

The major findings in this research is the proven of new theory in Hypothesis 11, which Seller Status & Reputation indeed has positive affect towards Trust. Still, the other new theory of Seller Location Factor negatively affects Risk is proved to be insignificant.

In concluding this research, it can be said that if the e-commerce site is easier to use, the greater chance it also useful to shop for the users and will be used more by them. So, it is safe to say that e-commerce site should make sure that people is feel easy and useful when searching the goods and services which they desire.

For *Kaskus* itself, the power of community from which already existed must be maintained, as it proved to be the reason of

why they become a successful e-commerce site. Finally, e-commerce site have to think thoroughly in giving reputation system in their sites. Because, like it or not people will always tend to see sellers' status & reputation as it make the indicators whether they can trust them or not, or in bigger scale: trusting the e-commerce site or not.

As this research limited to 1 site in 1 country, the future research should use this research design to be tested in different e-commerce sites in many other countries. So, it can be confirmed as a valid new Technology Acceptance Model (TAM)

References

- [1] Bar-Issac, H. & Tadelis, S., 2008, *Seller Reputation, Foundations and Trends in Microeconomics*, 4: 273-351
- [2] Chin, W.W. 1998. "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling", on *Modern Methods for Business Research*, G. A. Marcoulides (editor). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- [3] Cohen, J. 1988. *Statistical Power Analysis for Behavioral Sciences* (10th edition). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- [4] Cox, D.F. & Rich, S.U., 1964, Perceived Risk and Consumer Decision Making – The Case of Telephone Shopping, *Journal of Marketing Research*, 1 (4): 32-39.
- [5] Davis, F.D., 1989, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13 (3): 320.
- [6] Doniismanto.com, 2011, *Kaskus Makin Solid di e-commerce*, May 12, retrieved on 2012 from <http://doniismanto.com/2011/05/12/120511-Kaskus-makin-solid-di-e-commerce/>
- [7] Fornell, C. & D.F. Larcker, (1981), 'Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error', *Journal of Marketing Research*, vol.18, pp. 39-50.
- [8] Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D.W., 2003, Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model, *MIS Quarterly*, 27 (3): 51-90.
- [9] Henlein. 2004a. "An Exploratory Investigating of E-Business Success Factors Using Partial Least Square Analysis".
- [10] Ibna, A., 2009, *Penggunaan Kerangka Technology Acceptance Model di Dalam Melakukan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Government Pemko Medan*, Medan, INA: Universitas Sumatera Utara Medan.
- [11] Jullien, B. & Park, I., 2011, Seller Reputation and Trust in Pre-Trade Communication, *CMPO Working Paper Series*, 11/272: 1-44.
- [12] Koch, S., Toker, A. & Brulez, P., 2011, Extending the Technology Acceptance Model with perceived community characteristics, *Information Research*, 16(2): paper 478. [Available at <http://InformationR.net/ir/16-2/paper478.html>]

- [13]Li, X., 2004, Informational Cascades in IT Adoption. *Communications of the ACM*, 47 (4), 93-97.
- [14]Lieber, E. & Syverson, C., 2011, Online vs. Offline Competition, Chicago, USA: University of Chicago.
- [15]Miniwatts Marketing Group, 2012, Asia The internet Use and Population Data, The internet World Stats,
- Retrieved on 2012 from: <http://www.theinternetworldstats.com/stats3.htm#asia>
- [16]Nunnally, J. C. & Bernstein. 1994. Psychometrictheory (3rd Edition). New York: McGraw-Hill
- [17]Organization for Economic Co-operation and Development, 2002, Measuring the Information Economy.
- Retrieved on 2012 from: <http://www.oecd.org/theinternet/theinterneteconomy/1835738.pdf>
- [18]Pavlou,P.A., 2003, Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model, *International Journal of Electronic Commerce*, 7 (3): 69-103.
- [19]Schreier, M., Oberhauser, S. & Prägl, R., 2006, Lead-user and the Adoption and Diffusion of New Products: Insights from Two Extreme Sports Communities, *Marketing Letters*, 18 (1-2): 15-30.
- [20]Trusov, M., Bucklin, R.E. & Pauwels, K., 2009, Effects of Word-of-Mouth versus Traditional Marketing: Findings from an The internet Social Network Site, *Journal of Marketing*, 73 (5): 90-102.
- [21]Udayana, A., 2012, *E-commerce*, Yogyakarta, INA: STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- [22]Venkatesh, V. & Bala, H., n.d., TAM 3: Advancing the Technology Acceptance Model with a Focus on Interventions.
- [23]Venkatesh, V. & Davis, F.D., 2000, A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, 46: 186-204.
- [24]Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, F.D., & Davis, G.B., 2003, User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *MIS Quarterly*, 27: 425-478.
- [25]Yamin, S. & Kurniawan, H., 2011, *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan PARTIAL LEAST SQUARE PATH MODELING Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS dan Visual PLS*, Jakarta, INA: Salemba Infotek.
- [26]Zhou, L., Dai, L. & Zhang, D., 2007, Online Shopping Acceptance Model-A Critical Survey of Consumer Factors in Online Shopping, *Journal of Electronic Commerce Research*, 8 (1): 41-42, 44-62.

Appendix

Complete Table of Constructs & Indicators

Construct	Code	Indicators
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	Easy to learn
	PEOU2	Easy to use
	PEOU3	Easy to explore
	PEOU4	Easiness to depth understanding use
	PEOU5	Easy to search goods/services
	PEOU6	Easiness in searching goods/services compare to other website
Perceived Usefulness (PU)	PU1	<i>Kaskus</i> is useful for shopping
	PU2	<i>Kaskus</i> makes shopping more effective
	PU3	<i>Kaskus</i> makes shopping more efficient
	PU4	Saving more time in shopping
	PU5	Saving more money in shopping
	PU6	<i>Kaskus</i> improves shopping productivity
Perceived Community (PC)	PC1	Many people use <i>Kaskus</i>
	PC2	Shopping in <i>Kaskus</i> because many members
	PC3	Many users making comments
	PC4	Attention to comments
	PC5	Competent people
	PC6	Trustworthy people
	PC7	Asking another members
Trust (T)	T1	Trustworthy online shopping website
	T2	Trust in personal information
	T3	The sellers is honest
	T4	The sellers always keeps their commitment & promises
	T5	The sellers is trustworthy
	T6	The sellers gives clear information
	T7	Feeling safe to shop in <i>Kaskus</i>
Risk (R)	R1	Risk in getting fraud
	R2	Risk in not achieving the expectation
	R3	Risk in not worth the money
	R4	Risk in waiting time to arrive
	R5	Risk in defects
	R6	Risk in not getting the return
Sellers Location Factors (SLF)	SLF1	Seller location in or outside the city
	SLF2	Tendency in choosing same city seller
	SLF3	Tendency in preferring <i>C.O.D</i> method
	SLF4	Case 1: Tendency in choosing seller in same city
	SLF5	Case 2: Tendency in choosing seller in same city

Sellers Status & Reputation (SSR)	SSR1	Seller's rank
	SSR2	Seller's ' <i>Recommended Seller</i> ' status
	SSR3	Seller's ' <i>Good Reputation</i> ' ratings
	SSR4	Seller's testimonial
	SSR5	Seller's join date
	SSR6	Seller's recommendation from other members
	SSR7	Seller's providing joint account
	SSR8	Seller's providing <i>C.O.D</i> method
Intended Use (IU)	IU1	In the future, will use <i>Kaskus</i> for shopping
	IU2	Not interested shopping on other websie
	IU3	Will recommend to other people
	IU4	Use <i>Kaskus</i> as price comparison
	IU5	Use <i>Kaskus</i> as routine website to shop online

Analisis Pengumuman Akuisisi Terhadap *Return Saham Bank Umum* di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2011

M. Sienly Veronica

Anis Putri Kusuma

Universitas Kristen Maranatha

lee_pingping@yahoo.com

anis_putri_kusuma@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study was to see whether there is a difference between the stock returns before and after the acquisition as long as there are differences of opinion as to whether or not the difference between the stock returns before and after the acquisition, because of that it is interesting to do the research again. In this research, the sample used is a bank that there are only three banks acquired during the period 2005-2011. By using a period of 22 days before and 22 days after the acquisition, and Wilcoxon test method for abnormal data obtained using α of 0.05 then the result that there is no difference between the stock returns before and after the acquisition, it happens because of a lack of information regarding the incident acquisition so that investors receive the information at the time of acquisition or late events know.

Keywords: *Acquisitions, and Bank Stock Return*

PENDAHULUAN

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk terus memikirkan strategi-strategi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan perusahaan. Salah satu strategi tersebut adalah melakukan penggabungan usaha. Penggabungan usaha dianggap salah satu strategi yang paling aman untuk menghindari kebangkrutan suatu perusahaan atau melakukan diversifikasi bisnis maupun portofolio bisnis perusahaan tanpa harus mengeluarkan lebih banyak dana dan biaya dibandingkan ketika membuka suatu anak perusahaan atau unit strategi bisnis yang baru.

Penggabungan usaha dapat berbentuk

merger, konsolidasi, dan akuisisi. Akuisisi sendiri merupakan pengambil-alihan (*takeover*) sebagian atau keseluruhan saham perusahaan lain sehingga perusahaan pengambil alih mempunyai hak kontrol atas perusahaan target.

Di Indonesia didorong oleh semakin besarnya pasar modal, transaksi merger dan akuisisi semakin sering dilakukan. Isu merger dan akuisisi hangat dibicarakan baik oleh para pengamat ekonomi, ilmuwan, maupun praktisi bisnis sejak tahun 1990-an. Santoso (1992) menyatakan bahwa pada periode 1989-1992 saja telah terjadi 32 kasus merger dan akuisisi terhadap 79 perusahaan dimana salah satu sektor yang sering melakukan akuisisi adalah sektor

perbankan. Sektor perbankan adalah salah satu penggerak ekonomi nasional Indonesia karena perbankan memiliki peranan yang penting dalam proses kebangkitan perekonomian secara keseluruhan, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang ketat guna membangun kepercayaan masyarakat di dalam dan di luar negeri terhadap sistem keuangan dan perekonomian Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Fadia (2008) pemerintah Indonesia mengeluarkan empat program pemberdayaan bank yaitu program rekapitalisasi bank-bank, program pembangunan infrastruktur perbankan, program restrukturisasi kredit, serta program penyempurnaan pengawasan bank. Realisasi dari empat program tersebut memberikan implikasi besar terhadap sektor perbankan, terutama terhadap bank yang sedang mengalami kesulitan keuangan maupun kekurangan modal. Akibatnya banyak bank yang menggunakan strategi merger, konsolidasi, dan akuisisi untuk mengatasi kesulitan keuangan.

Keputusan akuisisi merupakan salah satu *corporate action* yang berasal dari intern emiten, yang juga merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi investor untuk berinvestasi. Menurut Moin (2010) ada beberapa motivasi sebuah perusahaan melakukan akuisisi yaitu meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, sinergi, pertimbangan pajak, membeli aset dibawah biaya penggantian diversifikasi, insentif bagi manajer dan *break-up value*. Dari ke-6 motivasi untuk melakukan akuisisi, yang paling dominan adalah motivasi untuk mendapatkan sinergi yang terjadi sebagai akibat penggabungan usaha aturannya bisa berupa biaya rata-rata

per unit karena naiknya skala ekonomis, maupun sinergi keuangan yang berupa kenaikan modal.

Payamta&Setiawan (2004) menyatakan suatu keputusan akuisisi dapat menjadi indikasi positif dan negatif kondisi suatu perusahaan di mata investor. Akuisisi dapat menjadi suatu isyarat positif bagi investor pemilik saham perusahaan target karena adanya kemungkinan bertambahnya nilai perusahaan target yang akan mempengaruhi harga saham setelah terjadinya akuisisi. Pada saat akuisisi sebelum secara resmi diumumkan, perusahaan target cenderung menyebarkan informasi positif mengenai kemungkinan adanya keputusan akuisisi diantara kedua belah pihak yang memancing perhatian para investor. Tindakan tersebut diharapkan akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga akan meningkatkan jumlah permintaan saham perusahaan, selanjutnya akan mempengaruhi naiknya harga saham.

Hal inilah yang menyebabkan banyak calon investor yang memanfaatkan *moment* sebelum terjadinya akuisisi untuk membeli saham perusahaan target, dengan anggapan bahwa nilai perusahaan target akan meningkat setelah akuisisi. Artinya, perusahaan target secara sukses menggunakan taktik tersebut untuk menaikkan harga sahamnya sehingga harga pasar yang digunakan sebagai pedoman negosiasi telah berada pada tingkat harga *equilibrium* baru yang diinginkan oleh pemegang saham perusahaan target, yang pada akhirnya mampu meningkatkan nilai *takeover* pada saat akuisisi secara resmi dilakukan. Reaksi pasar atas harga saham perusahaan merefleksikanm gambaran

semua informasi yang terjadi sebelum atau saat pengumuman akuisisi resmi dilakukan. Negosiasi penentuan harga akuisisi perusahaan target memang sangat tergantung dari kekuatan-kekuatan tiap pihak yang terlibat dalam akuisisi, tetapi harga pasar saham perusahaan target merupakan salah satu informasi penting yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam negosiasi akuisisi tersebut.

Akan tetapi Sutrisno & Sudibyo (1999) menyimpulkan bahwa akuisisi juga menjadi isyarat negatif bagi para *shareholder*, terutama pada *shareholder* perusahaan pengakuisisi. Biaya untuk melaksanakan akuisisi sangat mahal dan hasilnya belum pasti sesuai dengan yang diharapkan. Di samping itu, pelaksanaan akuisisi juga dapat memberikan pengaruh negatif terhadap posisi keuangan dari *acquiring company* apabila strukturisasi dari akuisisi melibatkan cara pembayaran dengan kas dan melalui pinjaman. Meskipun akuisisi tidak selalu dilakukan dengan pembayaran secara kas (pembayaran akuisisi dapat dilakukan dengan saham), namun di Indonesia sendiri lebih sering terjadi pembayaran akuisisi dengan menggunakan uang kas. Hal ini menjadi indikasi negatif bagi pemilik saham perusahaan pengakuisisi bahwa struktur keuangan yang bergeser akibat berkurangnya kas perusahaan pengakuisisi yang dapat dilihat dari rasio keuangan (solvabilitas, likuiditas, aktivitas dan probabilitas) mengindikasikan terjadinya penurunan tingkat kinerja keuangan perusahaan pengakuisisi. Permasalahan yang lain adalah kemungkinan adanya *corporate culture*, sehingga berpengaruh pada sumber daya manusia yang akan dipekerjakan.

Jika menyangkut siapa pihak yang paling diuntungkan dari kegiatan akuisisi tersebut, para peneliti belum saling sepakat. Ada sebagian pendapat, pemegang saham perusahaan target selalu diuntungkan dan pemegang saham perusahaan yang melakukan akuisisi selalu dirugikan. Keuntungan pemegang saham dapat diketahui melalui *abnormal return* yang mereka terima. Wibowo & Pakereng (2001) menemukan bahwa dalam jangka pendek, perusahaan pengakuisisi di Indonesia memperoleh *Abnormal return* yang negatif di sekitar tanggal pengumuman merger dan akuisisi. Hal ini juga didukung pada Rau & Vermaelen (1998) yang melakukan penelitian pada 2823 perusahaan akuisitor yang diteliti pada periode 1980 sampai dengan 1991 metode perhitungan 3 tahun *Cummulative Abnormal Return* (CAAR) dihasilkan *stockreturn* -4,048 yang berarti terdapat penurunan signifikan terhadap *Abnormal return* saham perusahaan pengakuisisi di saat keputusan akuisisi diumumkan.

Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Farlianto (1996) tentang dampak akuisisi terhadap kinerja *return* saham perusahaan pengakuisisi di Bursa Efek Jakarta periode 1990-1995 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan *Abnormal return* bagi perusahaan akuisitor sebelum dan sesudah akuisisi dalam kurun waktu 30 hari. Peneliti lain yaitu: Muktiyanto (2005) mengatakan jika manajer *bidder* atau perusahaan pengakuisisi mempunyai informasi yang cukup atau lebih baik tentang nilai asetnya dan aset target dibandingkan dengan investor lainnya, mereka akan membiayai akuisisi dengan saham, dengan keyakinan bahwa saham mereka *overvalue*.

Menurut Payamta&Setiawan (2004), penelitian yang mereka lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh merger dan akuisisi terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan rasio keuangan dan *return* saham dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengujian secara serentak terhadap semua rasio keuangan (likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan profitabilitas) perusahaan manufaktur setelah melakukan merger dan akuisisi ternyata tidak mengalami perbaikan dibandingkan dengan sebelum melaksanakan merger dan akuisisi. *Abnormal return* sesudah merger dan akuisisi adalah negatif dengan periode jendela (*event window*) 45 hari (22 hari sebelum dan 22 sesudah merger dan akuisisi).

Perbedaan dari beberapa penelitian yang disebutkan diatas maka tema ini menarik untuk diuji kembali yaitu mengenai *Abnormal return* saham sebelum dan sesudah pengumuman akuisisi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **Analisis Pengumuman Akuisisi Terhadap Return Saham Bank Umum di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2011**.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas mengenai pengaruh pengumuman akuisisi terhadap harga saham, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dianalisis adalah apakah terdapat perbedaan *return* saham sebelum dan sesudah dilakukannya akuisisi pada perusahaan yang termasuk dalam sektor perbankan periode 2005-2011?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui perbedaan *return* saham sebelum dan sesudah dilakukannya akuisisi pada perusahaan yang termasuk dalam sektor perbankan periode 2005-2011.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perusahaan *bidder* dan Perusahaan *target*

Perusahaan *bidder* merupakan perusahaan pengakuisisi yang memiliki kemampuan dan motivasi untuk memenuhi aset perusahaan target, sedangkan perusahaan target merupakan perusahaan yang diakuisisi (Husnan,

Laporan keuangan

Laporan keuangan merupakan salah satu media untuk mengukur kinerja perusahaan. Laporan keuangan merupakan hasil dari kegiatan akuntansi. Menurut Sundjaja&Barlian(2010) laporan keuangan adalah suatu laporan yang menggambarkan hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan dengan data keuangan atau aktivitas perusahaan.

Laporan keuangan perusahaan didasarkan pada aturan-aturan akuntansi dan harus memberikan informasi historis, kuantitatif dasar yang merupakan sekumpulan input yang penting yang digunakan dalam menghitung nilai-nilai ekonomis.

Pasar Saham

Pasar saham merupakan bagian dari pasar modal, dimana pasar saham ini hanya menjual ekuitas yang berupa saham-saham kepemilikan suatu perusahaan, kekayaan sebuah perusahaan dapat dilihat dari seberapa tinggi nilai saham perusahaan

tersebut yang beredar. Pasar saham adalah pasar untuk perdagangan saham perusahaan yang dipegang umum dan *instrument* finansial yang berhubungan (termasuk opsi saham, perdagangan dan prakiraan indeks saham).

Harga Saham

White (2002) menyatakan bahwa nilai pasar sebuah saham merupakan harga suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung, apabila bursa telah tutup maka harga pada keadaan *closing* merupakan harga saham tersebut. Harga saham yang terjadi pada saat penutupan (*closing*) di bursa dikatakan sebagai harga saham, harga saham ini merupakan harga yang terdapat pada pasar *rill* karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar sudah tutup.

Return Saham

Return merupakan keuntungan yang diperoleh investor dari investasi. *Return* terbagi menjadi dua macam yaitu :

- a. *Return* realisasi yang merupakan *return* yang telah terjadi dan dihitung berdasarkan histori, *return* jenis ini biasanya digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari sebuah perusahaan, *return* ini pun dapat berguna untuk dasar penentuan *return* ekspektasi dan resiko di masa yang akan datang.
- b. *Return* ekspektasi adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh investor di masa yang akan datang dan bersifat masih belum terjadi atau berupa peramalan.

Return merupakan keuntungan yang diperoleh investor dari investasi. *Return* dapat berupa *return* realisasi atau *return*

ekspektasi. *Return* didapat berdasarkan data historis yang merupakan selisih harga investasi sekarang *relative* dengan harga periode lalu. Sedangkan *return* yang diharapkan merupakan tingkat *return* yang diantisipasi investor dimasa mendatang.

Event Study

Event study atau studi peristiwa merupakan studi yang mempelajari reaksi pasar terhadap suatu peristiwa (*event*) yang informasinya dipublikasikan sebagai suatu pengumuman (Hartono, 2008). Menurut Hanafi (2004) *event study* digunakan untuk melihat seberapa cepat harga menyesuaikan diri terhadap informasi baru. Dari pernyataan tersebut kita dapat mengetahui apabila pengumuman mengandung informasi, maka reaksi pasar diharapkan baik saat pengumuman. Reaksi pasar dapat dilihat dari perubahan harga dari sekuritas yang bersangkutan. Untuk mengetahui seberapa besar reaksi yang terjadi reaksi tersebut dapat diukur dari *return* dengan melihat dari nilai perubahan harga atau dapat dilihat apabila sekuritas tersebut mengalami *abnormal return*.

Akuisisi

Kata akuisisi aslinya berasal dari bahasa latin, *acquisitio*, dari kata kerja *acquirere*. Akuisisi adalah pembelian suatu perusahaan oleh perusahaan lain atau oleh kelompok investor. Akuisisi dalam terminologi bisnis dapat diartikan merupakan pengambilalihan kepemilikan atau pengendalian atas saham atau aset suatu perusahaan oleh perusahaan lain, dan dalam peristiwa ini baik perusahaan pengambilalih atau yang diambil alih tetap eksis sebagai badan hukum yang terpisah (Moin, 2010). Menurut Gie (1992) mencatat beberapa manfaat dari akuisisi:

- a. Komplementaris
Penggabungan kedua perusahaan sejenis atau lebih secara horizontal yang dapat menimbulkan sinergi dalam berbagai bentuk, misalnya: sumber daya manusia yang tangguh, perluasan produk, transfer teknologi, dan sebagainya.
 - b. *Pooling* kekuatan
Perusahaan-perusahaan yang kecil agar dapat memiliki fungsi-fungsi penting untuk perusahaannya akan lebih efektif jika bergabung dengan perusahaan lain yang telah memiliki fungsi seperti fungsi *research and development*
 - c. Mengurangi persaingan
Penggabungan usahadiantaraperusahaan yang sejenis akan mengakibatkan adanya pemusatan, pengendalian, sehingga dapat mengurangi persaingan.
 - d. Menyelamatkan perusahaan dari kebangkrutan
 - f. Mengurangi risiko kegagalan bisnis karena tidak harus mencari konsumen.
 - g. Menghemat waktu untuk memasuki bisnis baru.
 - h. Memperoleh infrastruktur untuk mencapai pertumbuhan yang lebih cepat.
- Disamping manfaat yang dapat diperoleh, akuisisi juga memiliki kelemahan antara lain: (Moin, 2010)
- a. Proses integrasi yang tidak mudah.
 - b. Kesulitan menentukan nilai perusahaan target secara akurat.
 - c. Biaya konsultan yang mahal.
 - d. Meningkatnya kompleksitas birokrasi.
 - e. Biaya koordinasi yang mahal.
 - f. Seringkali menurunkan moral organisasi.
 - g. Tidak menjamin peningkatan nilai perusahaan.
 - h. Tidak menjamin peningkatan kemakmuran pemegang saham.

Bagi perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas dan terdesak oleh kreditur keputusan akuisisi dengan perusahaan yang kuat akan menyelamatkan perusahaan dari kebangkrutan.

Selain itu menurut Moin (2010) terdapat manfaat lain yang dapat diperoleh dari melakukan akuisisi antara lain:

- a. Mendapatkan cashflow dengan cepat karena produk dan pasar sudah jelas.
- b. Memperoleh kemudahan dana/ pembiayaan karena kreditor lebih percaya dengan perusahaan yang telah berdiri dan mapan.
- c. Memperoleh karyawan yang telah berpengalaman.
- d. Mendapatkan pelanggan yang telah mapan tanpa harus merintis dari awal.
- e. Memperoleh sistem operasional dan administratif yang mapan.

Akuisisi Saham

Akuisisi saham merupakan bentuk akuisisi yang sering ditemui di hampir setiap kegiatan akuisisi (Moin, 2010). Karena perusahaan didirikan atas saham-saham, maka akuisisi terjadi ketika pemilik saham menjual saham-saham mereka kepada pembeli/pengakuisisi.

Akuisisi tersebut dapat dilakukan dengan cara membeli seluruh atau sebagian saham-saham yang telah dikeluarkan oleh perseroan maupun dengan atau tanpa melakukan penyeteroran atas sebagian maupun seluruh saham yang belum dan akan dikeluarkan perseroan yang mengakibatkan penguasaan mayoritas atas saham perseroan oleh perusahaan yang melakukan akuisisi tersebut, yang akan membawa ke arah

penguasaan manajemen dan jalannya perseroan.

Dampak Akuisisi

Proses akuisisi memang memiliki dampak positif dan dampak negatif.

a. Positif

Dapat memberikan kesan bahwa perusahaan yang mengakuisisi berada dalam posisi yang sangat kuat, sehingga akan mendapatkan reaksi yang positif dari pemegang saham.

b. Negatif

Dampak negatif yang dapat terjadi yaitu karena terjadinya strategi akuisisi tersebut dikhawatirkan akan memberikan dampak tambahan beban bagi perusahaan pengakuisisi.

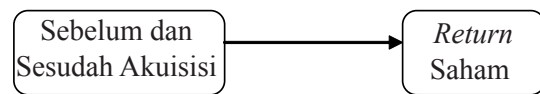
Abnormal Return

Abnormal return umumnya menjadi fokus dalam study yang mengamati reaksi harga atau efisiensi pasar. *Abnormal return* merupakan selisih antara *return* yang sesungguhnya terjadi dikurangi *return* yang diharapkan atau *return* ekspektasi (Hartono, 2008). Dengan kata lain *Abnormal return* merupakan kelebihan dari *return* yang sesungguhnya terhadap *return* normal.

Return normal merupakan *return* ekspektasi (*return* yang diharapkan investor). *Return* yang sesungguhnya merupakan *return* yang terjadi pada waktu ke-t yang merupakan selisih harga sekarang dengan harga sebelumnya. Sedangkan *return* yang diharapkan merupakan *return* yang harus di estimasi.

Berdasarkan perumusan masalah dan kajian pustaka yang telah dilakukan maka model

penelitian ini adalah:



Gambar 1. Model Penelitian

Dari model penelitian tersebut maka hipotesis penelitiannya adalah:

H₁: Terdapat perbedaan abnormal *return* yang diperoleh perusahaan target sebelum dan sesudah pengumuman akuisisi.

METODE PENELITIAN

Jenis Riset

Dilihat dari tujuan penelitiannya maka penelitian ini termasuk riset pengujian hipotesis. Riset pengujian hipotesis digunakan untuk tujuan menguji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel baik hubungan yang bersifat korelasional maupun kausal (Suliyanto, 2009).

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari dua variabel yaitu waktu akuisisi sebagai variabel bebas dan *return* saham sebagai variabel terikat. Pendefinisian variabel-variabel penelitian tersebut dapat dilihat pada lampiran 1.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dikumpulkan dari satuan-satuan individu yang membentuk suatu data statistik yang oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan-perusahaan yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2009).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan dari sektor perbankan yang melakukan akuisisi. Hal tersebut karena industri perbankan mempunyai regulasi yang lebih ketat dibandingkan dengan industri lain dimana Bank Indonesia (BI) menggunakan laporan keuangan sebagai dasar dalam penentuan status suatu bank (apakah bank tersebut merupakan bank yang sehat atau tidak) dan apakah bank tersebut harus melakukan strategi-startegi tertentu agar mempertahankan kesejahteraan bank salah satunya adalah dengan melakukan akuisisi.

Metode pengambilan sampel dan Ukuran Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara nonprobabilitas atau pemilihan nonrandom yaitu berupa teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan didasarkan pada pertimbangan (*judgement*) yang telah ditentukan (Hartono, 2004).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang dibatasi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam BEI.
2. Perusahaan yang masuk kedalam sektor perbankan.
3. Perusahaan perbankan yang melakukan akuisisi dalam periode 2005-2011,

karena dalam periode ini perekonomian sedang dilanda oleh krisis global dan pemerintahan baru. Berdasarkan kriteria tersebut maka terdapat 3 bank yang digunakan sebagai sampel, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Sampel Penelitian

No	Perusahaan Bidder	Perusahaan Target	Kode Saham
1	OCBC	NISP	NISP
2	CIMB	Niaga	BNGA
3	Bank of India	Bank Swadesi	BSWD

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti

Data, Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder yang merupakan bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam sebuah arsip yang dipublikasikan maupun yang tidak. Data tersebut berbentuk harga saham yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia. Untuk teknik pengumpulan datanya, metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan, yaitu metode pengumpulan data dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dengan aktivitas orang-orang atau kegiatan dan gejala-gejala yang sedang diamati (Sugiyono, 2011).

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, pertama-tama peneliti melakukan pengujian data untuk melihat apakah data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak. Bila datanya ternyata berdistribusi normal maka menggunakan statistika parametrik dengan menggunakan

metode uji berpasangan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *return* saham antara sebelum akuisisi dan sesudah akuisisi sedangkan bila datanya tidak berdistribusi normal maka peneliti menggunakan statistika nonparametrik dengan menggunakan metode uji Wilcoxon untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *return* saham antara sebelum akuisisi dan sesudah akuisisi

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data antara lain:

1. Menentukan tanggal pengumuman dilakukannya akuisisi dimana tanggal pengumuman dilakukannya akuisisi akan disebut hari 0. Tanggal pengumuman dilakukannya akuisisi dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2

Tanggal pengumuman akuisisi

No	Perusahaan Bidder	Perusahaan Target	Tanggal Akuisisi	Kode Saham
1	OCBC	NISP	30 Maret 2005	NISP
2	CIMB	Niaga	15 Oktober 2008	BNGA
3	Bank Swadesi	Bank of India	17 November 2011	BSWD

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti

2. Menentukan periode penelitian atau *event study*.
Periode pengamatan selama 45 hari dimana 22 hari sebelum pengumuman akuisisi, 1 hari tanggal pengumuman akuisisi serta 22 hari setelah pengumuman akuisisi.
3. Menghitung *abnormal return*. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 2.

$$AR_{it} = R_{it} - E(R_{it})$$

dimana:

AR_{it} = *Return* tidak normal (*abnormal*

return) sekuritas ke-i pada periode t

R_{it} = *Return* realisasi yang terjadi untuk sekuritas ke-i pada periode t

$E(R_{it})$ = *Return* ekspektasi sekuritas ke-i untuk periode t

4. Menghitung *actual return* perusahaan atau *return* realisasi perusahaan. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 2

$$R_{it} = (P_{it} - P_{it-1}) / P_{it-1}$$

dimana:

R_{it} = *Return* saham atau *actual return* saham perusahaan ke-i pada waktu t

P_{it} = Harga penutupan saham perusahaan i pada waktu t

P_{it-1} = Harga penutupan saham perusahaan i pada waktu t-1

5. Melakukan uji normalitas terhadap data yang dimiliki. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak digunakan uji *Kolmogorof Smirnov test*., apabila nilai *Kolmogorof Smirnov Z* mendekati 1 dengan signifikansi asimetris 2 ekor lebih besar dari 0,05 berarti data terdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai *Kolmogorof Smirnov Z* mendekati 0 dengan signifikansi asimetris 2 ekor lebih kecil dari 0,05 berarti distribusi data tidak normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas terhadap data dilakukan

dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

Dengan menggunakan SPSS 19 maka hasil uji normalitas terhadap data penelitian dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.03369445
Most Extreme Differences	Absolute	.320
	Positive	.320
	Negative	-.233
Kolmogorov-Smirnov Z		2.598
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

Hasil dari pengujian normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikan (Asymp.Sig (2-tailed)) lebih kecil daripada α dimana nilai α atau tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 % atau 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian maka peneliti menggunakan statistika nonparametrik dengan metode uji Wilcoxon untuk menguji apakah terdapat perbedaan *return* saham antara sebelum dan sesudah pengumuman akuisisi.

Dalam melakukan pengujian tersebut, peneliti membentuk hipotesis statistik sebagai berikut:

H_0 : $\mu_1 = \mu_2$

H_a : $\mu_1 \neq \mu_2$

dimana: μ_1 = sebelum akuisisi
 μ_2 = setelah akuisisi

Dengan menggunakan SPSS 19 maka hasil uji Wilcoxon dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4

Uji Wilcoxon

Test Statistics^b

	sesudah - sebelum
Z	-.204 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.839

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Hasil pengujian dengan menggunakan metode uji Wilcoxon menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) yang dihasilkan adalah 0,839, hasil tersebut lebih besar dari nilai α yaitu 0,05 sehingga H_0 -nya diterima. Artinya tidak ada perbedaan *return* saham antara sebelum dan sesudah pengumuman akuisisi.

Hal tersebut terjadi karena adanya kekurangan informasi yang terjadi di dalam pasar modal mengenai pengakuisisian yang dilakukan oleh bank tersebut, hasil ini juga didukung oleh Liargovas dan Repousis (2011) yang penelitiannya menyatakan bahwa akuisisi dan merger yang dilakukan oleh bank tidak memiliki dampak dan tidak menciptakan kesejahteraan bagi bank tersebut karena adanya kekurangan informasi mengenai akuisisi yang akan dilakukan.

Dengan adanya kekurangan informasi tersebut maka investor tidak mengetahui terjadinya akuisisi sehingga kegiatan akuisisi tersebut tidak memberikan pengaruh terhadap *return* saham bank yang akan melakukan akuisisi dan bank yang diakuisisi.

PENUTUP / SIMPULAN

Dari penelitian ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa peristiwa akuisisi tidak memberikan pengaruh terhadap *return* saham. Hal tersebut karena adanya

kekurangan informasi mengenai kegiatan akuisisi yang dilakukan oleh bank yang menjadisa sampel penelitian sehingga investor tidak mengetahui peristiwa tersebut yang mengakibatkan *return* saham sama antara sebelum dan sesudah peristiwa akuisisi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel penelitian karena sampel yang diambil adalah bank yang terdaftar di BEI yang melakukan akuisisi sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel yang digunakan, memperluas variabel penelitian tidak hanya *return* saham saja yang diamati dan memperluas waktu pengamatan yang membentuk jendela pengamatan.

Daftar Pustaka

- Ang, Robert, 1997, *Buku Pintar Pasa Modal Indonesia*, Mediasoft Indonesia, Jakarta.
- Fadia, 2008, Pengaruh Pengumuman Merger dan Akuisisi Terhadap Return Saham Bank Umum di Bursa Efek Jakarta Periode 1997-2002, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.11No.1 April 2008, pp:40-54.
- Farlianto, 1996, Pengaruh Akuisisi Terhadap Kinerja Saham Bidder Firms di Bursa Efek Jakarta, *Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Gie, Kwik Kian, 1992, Merger dan Akuisisi: Kemungkinan Penyalahgunaan dan Efek Sinergisnya pada Unit Grup Bisnis, *Usahawan*, 3 (XXI): 11-15.
- Hanafi, Mamduh M, 2004, *Manajemen Keuangan*, Cetakan Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hartono, Jogyanto, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Cetakan Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hartono, Jogyanto, 2008, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Kelima, BPFE-UGM, Yogyakarta.
- Liargovas, Panagiotis dan Repousis, Spyridon, 2011, The Impact of Mergers and Acquisitions on the Performance of the Greek Banking Sector: An Event Study Approach, *International Journal of Economics and Finance*, Vol.3No.2, pp:89-100.
- Moin, Abdul, 2010, *Merger, Akuisisi dan Divestasi*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga, Ekonisia, Yogyakarta.
- Muktiyanto, Ali, 2005, Pengaruh Faktor-Faktor Akuisisi Terhadap Abnormal Return (Studi Pada Perusahaan Akuisitor di Bursa Efek Jakarta Antara Tahun 1992 sampai 1997), *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol.1No.10, pp:57-72.
- Payamta dan Setiawan, Doddy, 2004, Analisis Pengaruh Merger dan Akuisisi Terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol.7No.3, pp:5-10.
- Rau, Raghavendra dan Vermaelen, Theo, 1998, Glamour, Value and The Post Acquisition Performance of Acquiring Firms, *Journal of Financial Economics*, 23, pp:101-119.
- Santoso, Kanto, 1992, *Praktek, Manfaat, Dampak Akuisisi Ditinjau dari Perusahaan*

- Publik dan Pemegang Saham. *Artikel dalam Makalah Seminar” Akuisisi dan Dampak Globalisasi Terhadap Pasar Modal Indonesia*, Jakarta:25 Agustus.
- Sugiyono,2009, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, 2006, *Metode Riset Bisnis*, Cetakan Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sundjaja, Ridwan., Barlian, Inge., Sundjaja, Dharma Putra, 2010, *Manajemen Keuangan I*, Edisi 7, Literata Lintas Media, Bandung.
- Sutrisno dan Sudibyo, Bambang, 1999, *The Influence of Accounting Selection For Merger and Acquisition on The Stock Price of Public Companies in Indonesia*, *Makalah disampaikan pada SNA II* di Malang.
- White, John, 2002, *How To Invest In Stocks & Shares*, Cetakan Kedua, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Wibowo, Amin dan Pakereng, Yulita Milla, 2001, *Pengaruh Pengumuman Merger dan Akuisisi Terhadap Return Sham Perusahaan Akuisitor dan Non Akuisitor Dalam Sektor Industri Yang Sama di Bursa Efek Jakarta*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.16No.4, pp: 372-38.

Lampiran 1 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Sub Variabel	Indikator	Skala
Akuisisi	Pembelian seluruh atau sebagian kepemilikan perusahaan.	Kandungan informasi yang berguna dan sebagai sinyal bagi investor.	Tanggal pengumuman akuisisi	Nominal
Return saham	Keuntungan yang diperoleh investor dari investasi berupa saham.	<i>Abnormal Return Cumulative Average Abnormal Return</i>	$AR_{it} = R_{it} - E(R_{it})$	Rasio

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti

Lampiran 2 Perhitungan *Abnormal Return* Saham**NISP**

Hari	Tanggal	P_{it}	P_{it-1}	R_{it}	$E(R_{it})$	AR_{it}	Hari	Tanggal	P_{it}	P_{it-1}	R_{it}	$E(R_{it})$	AR_{it}
-22	24/02/2005	850	860	-0.0116	-0.0005	-0.0111	1	31/03/2005	860	870	-0.0115	-0.0005	-0.0110
-21	25/02/2005	860	850	0.0118	0.0005	0.0112	2	01/04/2005	870	870	0.0000	0.0000	0.0000
-20	28/02/2005	850	850	0.0000	0.0000	0.0000	3	04/04/2005	870	870	0.0000	0.0000	0.0000
-19	01/03/2005	850	850	0.0000	0.0000	0.0000	4	05/04/2005	870	880	-0.0114	-0.0005	-0.0108
-18	02/03/2005	850	840	0.0119	0.0005	0.0114	5	06/04/2005	880	870	0.0115	0.0005	0.0110
-17	03/03/2005	840	840	0.0000	0.0000	0.0000	6	07/04/2005	870	870	0.0000	0.0000	0.0000
-16	04/03/2005	840	830	0.0120	0.0005	0.0115	7	08/04/2005	870	870	0.0000	0.0000	0.0000
-15	07/03/2005	830	840	-0.0119	-0.0005	-0.0114	8	11/04/2005	870	880	-0.0114	-0.0005	-0.0108
-14	08/03/2005	840	850	-0.0118	-0.0005	-0.0112	9	12/04/2005	880	870	0.0115	0.0005	0.0110
-13	09/03/2005	850	850	0.0000	0.0000	0.0000	10	13/04/2005	870	880	-0.0114	-0.0005	-0.0108
-12	10/03/2005	850	840	0.0119	0.0005	0.0114	11	14/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-11	14/03/2005	840	850	-0.0118	-0.0005	-0.0112	12	15/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-10	15/03/2005	850	850	0.0000	0.0000	0.0000	13	18/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-9	16/03/2005	850	850	0.0000	0.0000	0.0000	14	19/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-8	17/03/2005	850	860	-0.0116	-0.0005	-0.0111	15	20/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-7	18/03/2005	860	860	0.0000	0.0000	0.0000	16	21/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-6	21/03/2005	860	850	0.0118	0.0005	0.0112	17	25/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-5	22/03/2005	850	870	-0.0230	-0.0010	-0.0219	18	26/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-4	23/03/2005	870	870	0.0000	0.0000	0.0000	19	27/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-3	24/03/2005	870	860	0.0116	0.0005	0.0111	20	28/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-2	28/03/2005	860	850	0.0118	0.0005	0.0112	21	29/04/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
-1	29/03/2005	850	870	-0.0230	-0.0010	-0.0219	22	02/05/2005	880	880	0.0000	0.0000	0.0000
0	30/03/2005	870	860	0.0116	0.0005	0.0111							

BNGA

Hari	Tanggal	P_{it}	P_{it-1}	R_{it}	$E(R_{it})$	AR_{it}	Hari	Tanggal	P_{it}	P_{it-1}	R_{it}	$E(R_{it})$	AR_{it}
-22	05/09/2008	845	835	0.0120	0.0005	0.0114	1	16/10/2008	521	472	0.1038	0.0047	0.0991
-21	08/09/2008	835	815	0.0245	0.0011	0.0234	2	17/10/2008	472	491	-0.0387	-0.0018	-0.0369
-20	09/09/2008	815	815	0.0000	0.0000	0.0000	3	20/10/2008	491	472	0.0403	0.0018	0.0384
-19	10/09/2008	815	766	0.0640	0.0029	0.0611	4	21/10/2008	472	491	-0.0387	-0.0018	-0.0369
-18	11/09/2008	766	815	-0.0601	-0.0027	-0.0574	5	22/10/2008	491	462	0.0628	0.0029	0.0599
-17	12/09/2008	815	756	0.0780	0.0035	0.0745	6	23/10/2008	462	422	0.0948	0.0043	0.0905
-16	15/09/2008	756	707	0.0693	0.0032	0.0662	7	24/10/2008	422	427	-0.0117	-0.0005	-0.0112
-15	16/09/2008	707	658	0.0745	0.0034	0.0711	8	27/10/2008	427	388	0.1005	0.0046	0.0959
-14	17/09/2008	658	697	-0.0560	-0.0025	-0.0534	9	28/10/2008	388	378	0.0265	0.0012	0.0253
-13	18/09/2008	697	678	0.0280	0.0013	0.0267	10	29/10/2008	378	393	-0.0382	-0.0017	-0.0364
-12	19/09/2008	678	747	-0.0924	-0.0042	-0.0882	11	30/10/2008	393	432	-0.0903	-0.0041	-0.0862
-11	22/09/2008	747	756	-0.0119	-0.0005	-0.0114	12	31/10/2008	432	408	0.0588	0.0027	0.0561
-10	23/09/2008	756	688	0.0988	0.0045	0.0943	13	28/11/2008	408	398	0.0251	0.0011	0.0240
-9	24/09/2008	688	737	-0.0665	-0.0030	-0.0635	14	27/11/2008	398	393	0.0127	0.0006	0.0121
-8	25/09/2008	737	737	0.0000	0.0000	0.0000	15	26/11/2008	393	393	0.0000	0.0000	0.0000
-7	26/09/2008	737	707	0.0424	0.0019	0.0405	16	25/11/2008	393	398	-0.0126	-0.0006	-0.0120
-6	29/09/2008	707	707	0.0000	0.0000	0.0000	17	24/11/2008	398	432	-0.0787	-0.0036	-0.0751
-5	06/10/2008	707	609	0.1609	0.0073	0.1536	18	21/11/2008	432	472	-0.0847	-0.0039	-0.0809
-4	07/10/2008	609	609	0.0000	0.0000	0.0000	19	20/11/2008	472	442	0.0679	0.0031	0.0648
-3	08/07/2008	609	560	0.0875	0.0040	0.0835	20	19/11/2008	442	472	-0.0636	-0.0029	-0.0607
-2	13/10/2008	560	530	0.0566	0.0026	0.0540	21	18/11/2008	472	491	-0.0387	-0.0018	-0.0369
-1	14/10/2008	530	570	-0.0702	-0.0032	-0.0670	22	17/11/2008	491	457	0.0744	0.0034	0.0710
0	15/10/2008	570	521	0.0940	0.0043	0.0898							

BSDW

Hari	Tanggal	P_{it}	P_{it-1}	R_{it}	$E(R_{it})$	AR_{it}	Hari	Tanggal	P_{it}	P_{it-1}	R_{it}	$E(R_{it})$	AR_{it}
-22	18/10/2011	600	600	0	0	0	1	18/11/2011	600	600	0	0	0
-21	19/10/2011	600	600	0	0	0	2	21/11/2011	600	600	0	0	0
-20	20/10/2011	600	600	0	0	0	3	22/11/2011	600	600	0	0	0
-19	21/10/2011	600	600	0	0	0	4	23/11/2011	600	600	0	0	0
-18	24/10/2011	600	600	0	0	0	5	24/11/2011	600	600	0	0	0
-17	25/10/2011	600	600	0	0	0	6	25/11/2011	600	600	0	0	0
-16	26/10/2011	600	600	0	0	0	7	28/11/2011	600	600	0	0	0
-15	27/10/2011	600	600	0	0	0	8	29/11/2011	600	600	0	0	0
-14	28/10/2011	600	600	0	0	0	9	1/12/2011	600	600	0	0	0
-13	31/10/2011	600	600	0	0	0	10	2/12/2011	600	600	0	0	0
-12	1/11/2011	600	600	0	0	0	11	5/12/2011	600	600	0	0	0
-11	2/11/2011	600	600	0	0	0	12	6/12/2011	600	600	0	0	0
-10	3/11/2011	600	600	0	0	0	13	7/12/2011	600	600	0	0	0
-9	4/11/2011	600	600	0	0	0	14	8/12/2011	600	600	0	0	0
-8	7/11/2011	600	600	0	0	0	15	9/12/2011	600	600	0	0	0

-7	8/11/2011	600	600	0	0	0	16	12/12/2011	600	600	0	0	0
-6	9/11/2011	600	600	0	0	0	17	13/12/2011	600	600	0	0	0
-5	10/11/2011	600	600	0	0	0	18	14/12/2011	600	600	0	0	0
-4	11/11/2011	600	600	0	0	0	19	15/12/2011	600	600	0	0	0
-3	14/11/2011	600	600	0	0	0	20	16/12/2011	600	600	0	0	0
-2	15/11/2011	600	600	0	0	0	21	19/12/2011	600	600	0	0	0
-1	16/11/2011	600	600	0	0	0	22	20/12/2011	600	600	0	0	0
0	17/11/2011	600	600	0	0	0							

Pengembangan Karir Karyawan Perbankan di Kota Makassar

Mahlia Muis

Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin

mahliamuis@yahoo.co.id

Abstract

This research aims to find out whether there are any differences in promotion based on age, education, working period, sex, marital status, number of responsibilities, horizontal move, and number of appreciations given to employees at banks in Makassar City.

The results show that education, sex and number of rewards have a significant influence based on odd ratio of each variable. On the other hand, age, working period, marital status, number of dependants, and horizontal move do not have a significant influence on the career development of banking employees in Makassar City, which are measured based on the promotion received since they worked as bank employees.

Key words: age, working period, marital status, number of dependants, horizontal move, career development.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan dalam promosi menurut umur, pendidikan, lama bekerja, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan, perpindahan horizontal dan banyaknya penghargaan terhadap karyawan pada bank-bank di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan, jenis kelamin, jumlah penghargaan dan banyaknya penghargaan mempunyai pengaruh yang signifikan menurut odd rasio masing-masing variabel, sedangkan variabel umur, lama bekerja, status perkawinan, jumlah tanggungan dan perpindahan horizontal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan karir karyawan perbankan di Kota Makassar yang diukur menurut ada tidaknya promosi yang diterima selama bekerja sebagai karyawan bank.

Kata kunci: umur, lama bekerja, status perkawinan, jumlah tanggungan, perpindahan horizontal, pengembangan karir.

PENDAHULUAN

Bidang ketenagakerjaan yang juga merupakan sumber daya manusia mencakup semua energi, ketrampilan, bakat, kemampuan dan pengetahuan manusia yang dapat atau harus digunakan untuk tujuan produksi. Pendekatan sumber daya manusia menekankan bahwa tujuan dari pembangunan adalah memanfaatkan

tenaga manusia sebanyak mungkin dalam kegiatan produktif. Salah satu konsekuensi dalam penggunaan pendekatan sumber daya manusia adalah pengembangan manusia. Salah satu isu terbesar yang akan mempengaruhi “ bentuk dan aksi “ organisasi pada era globalisasi mendatang yaitu berkaitan dengan keberadaan organisasi itu sendiri. Organisasi pada era

globalisasi adalah organisasi yang diisi oleh para *knowledge worker*. Dengan demikian kunci sukses untuk menghadapi persaingan berubah dari skala ekonomis menjadi pembelajaran yang terus menerus. Kegiatan personalia memegang peranan penting dalam proses pengembangan karir. Perencanaan personalia, misalnya dapat digunakan untuk mengidentifikasi calon-calon internal yang potensial dan pelatihan yang akan mereka perlukan untuk mengisi jabatan. Sama halnya, suatu organisasi dapat menggunakan penilaian-penilaian berkalanya tidak hanya untuk kebutuhan gaji tetapi untuk mengidentifikasi kebutuhan pengembangan dari karyawan individual dan memastikan bahwa kebutuhan-kebutuhan ini tercapai. Semua kegiatan penstafan, dengan kata lain, dapat digunakan untuk memuaskan kebutuhan baik organisasi maupun individu sedemikian rupa sehingga organisasi mendapatkan kinerja lebih baik dari angkatan kerja yang lebih bertanggung jawab dan karyawan mendapatkan suatu karir yang lebih kaya, dan lebih menantang.

Karir adalah seluruh pekerjaan yang dimiliki dan dilakukan oleh individu selama hidupnya. Karir merupakan pola dari pekerjaan dan sangat berhubungan dengan pengalaman (posisi, wewenang, keputusan, dan interpretasi subjektif atas pekerjaan), (Werther and Davis, 1996). Definisi ini menekankan bahwa karir tidak berhubungan dengan kesuksesan atau kegagalan, namun lebih kepada sikap dan tingkah laku, dan kontinuitas individu dalam aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaannya. Tujuan karir adalah posisi di masa mendatang yang ingin dicapai oleh individu dalam pekerjaannya. Jadi

keberhasilan karir tidak lagi diartikan sebagai penghargaan institusional dengan meningkatnya kedudukan dalam suatu hirarki formal. Apalagi pada saat ini karir telah mengalami pergeseran menuju karir tanpa batas (*the boundaryless career*). Kunci keberhasilan karir di masa akan datang lebih dicerminkan dari pengalaman hidup seseorang daripada posisi yang dimiliki. Oleh karena itu, perencanaan karir harus dibuat secara sadar dan suka rela, dan kesuksesan yang diraih harus dijabarkan dengan baik oleh diri karyawan itu sendiri. Bagi perusahaan, proses dan pengembangan karir tersebut diupayakan melalui pembinaan karyawan kearah "*the right man on the right place*".

Para manajer dalam tim top manajemen membutuhkan pengetahuan dan keahlian khusus dimana hal ini tertuang dalam teori tentang *human capital*, yang menjelaskan bahwa investasi terhadap pengetahuan dan keahlian akan memperoleh keuntungan. Pendidikan, training dan pengembangan merupakan faktor yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keahlian individu.

Penelitian tentang keberhasilan karir berfokus pada variabel-variabel yang relevan terhadap pengembangan karir atau kesuksesannya, misalnya dapat dilihat dari sisi demografi yaitu status perkawinan, usia, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan, *human capital* (Aryee et al., 1994), dan *social capital* (Burt, 1997).

Di Indonesia terjadi peningkatan jumlah manajer dan karyawan perempuan yang bergelut dalam dunia kerja. Tapi bila dilihat rasio perbandingan antara manajer laki-laki dan manajer perempuan, maka tidak

bisa dipungkiri bahwa rasio manajer laki-laki lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan manajer perempuan. Untuk dapat mencermati hal tersebut, maka secara lebih tegas dideskripsikan oleh BPS (2010) Yang menyatakan bahwa perempuan yang menjadi pemimpin pada jasa keuangan dan asuransi sebanyak 8,176 orang, sedangkan laki-laki sebanyak 40.221 orang, atau sekitar satu berbanding lima, sementara perempuan yang menjadi karyawan pada sektor ini sebanyak 172.094 orang dan yang laki-laki 271.058, atau tidak cukup satu berbanding dua. Jadi dapat kita lihat bahwa jenjang karir perempuan pada sektor ini sangat lambat tidak secepat bagi kaum laki-laki.

Menurut data Statistik Indonesia (2009-2010) jumlah bank umum yang beroperasi sampai dengan akhir Desember 2010 tercatat sebanyak 131 Bank, terdiri dari 5 Bank Persero, 26 Bank Pemerintah Daerah, 71 Bank Swasta Nasional dan 29 Bank Asing dan Campuran. Di kota Kota Makassar, saat ini beroperasi 61 bank yang terdiri dari 6 Jenis bank yaitu, Bank Umum Pemerintah, Bank Pembangunan Daerah, Bank Umum Swasta Nasional, Bank Umum Syariah, Bank Perkreditan Rakyat Syariah, dan Bank Perkreditan Rakyat konvensional.

Penelitian ini terinspirasi oleh penelitian yang dilakukan oleh Greenhaus dan Parasuraman, 1993, yang meneliti tentang variabel-variabel relevan yang mempengaruhi pengembangan karir atau kesuksesan karir dengan menggunakan faktor-faktor demografi dan *human capital* sebagai variabel-variabel yang relevan mempengaruhi pengembangan karir.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Apakah ada perbedaan dalam promosi menurut umur, pendidikan, lama bekerja, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan, perpindahan horizontal dan banyaknya penghargaan terhadap karyawan pada bank di Kota Makassar?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Karir

Konsep karir telah digunakan sebagai rujukan ilmu pengetahuan tentang perilaku. Menurut Handoko (1996), bahwa istilah karir ini digunakan untuk menjelaskan orang-orang pada masing-masing peranan atau status dan dalam literatur ilmu pengetahuan perilaku karir dengan tiga pengertian :

1. Karir sebagai suatu urutan promosi atau pemindahan (transfer) lateral ke jabatan-jabatan yang lebih menuntut tanggung-jawab atau ke lokasi-lokasi yang lebih baik dalam atau hirarki hubungan kerja selama kehidupan kerja seseorang.
2. Karir sebagai penunjuk pekerjaan-pekerjaan yang membentuk suatu pola kemajuan yang sistematis dan jelas jalur karirnya.
3. Karir sebagai sejarah pekerjaan seseorang, atau serangkaian posisi yang dipegangnya selama kehidupan kerja. Dalam konteks ini, semua orang dengan sejarah kerja mereka disebut mempunyai karir.

Konsep-konsep dasar karir diatas sangatlah penting demi berlangsungnya ilmu pengetahuan tentang perencanaan karir dan pengembangan karir. Seseorang dalam

melakukan pekerjaan mempunyai harapan yang sesuai dengan kebutuhan, akan tetapi bagaimana agar kebutuhan tercapai, untuk itulah harus ada perencanaan karir dan pengembangan karir.

Banyak definisi-definisi tentang karir diartikan secara berbeda-beda oleh para ahli sesuai dengan tempat dan kondisi dari masing-masing. Menurut Werther dan Davis (1996), mengatakan bahwa karir adalah keseluruhan pekerjaan yang dipangku/dijabat oleh seseorang semasa kerja/hidupnya. Senada dengan Handoko (1996), bahwa karir adalah semua pekerjaan (atau jabatan) yang dipunyai (atau dipegang) selama kehidupan kerja seseorang.

Jika diartikan secara formal menurut Schermerhorn (1997), bahwa karir merupakan suatu urutan pekerjaan dan pengejaran kerja yang mencakup apa yang dilakukan orang untuk mencari nafkah. Sedangkan Dessler (1977) mengatakan bahwa karir adalah serangkaian posisi yang berhubungan dengan kerja, entah dibayar atau tidak, yang membantu seseorang bertumbuh dalam ketrampilan, keberhasilan, dan pemenuhan kerja. Sama halnya dengan pendapat Robbins (1996), menyatakan bahwa karir adalah suatu deretan posisi yang diduduki oleh seseorang selama perjalanan usianya. Definisi ini tidak menyiratkan kemajuan atau sukses atau kegagalan. Setiap kerja, dibayar atau tidak, yang diikuti sepanjang suatu kurun waktu yang diperpanjang, dapat membentuk suatu karir.

Berdasarkan berbagai definisi karir, maka dapat disimpulkan bahwa karir adalah merupakan suatu rangkaian atau

urutan posisi pekerjaan/jabatan seseorang selama masa kerjanya disuatu perusahaan/ organisasi, yang berkaitan dengan sikap, nilai, perilaku dan motivasi kerja di dalam diri individu.

Perencanaan Karir

Dalam hal ini karir adalah merupakan keseluruhan pekerjaan yang memerlukan intensitas seseorang terhadap suatu kerja yang digeluti secara serius dan sistematis dalam hidupnya. Untuk itu diperlukan adanya perencanaan karena pada akhirnya maju tidaknya seseorang dalam karirnya tergantung pada yang bersangkutan sendiri, maka perlu terlibat aktif dalam menentukan arah karirnya.

Bernardin dan Russel (1993), pengertian perencanaan karir merupakan upaya yang dilakukan oleh individu untuk lebih memahami dan sadar akan ketrampilan, minat, nilai, peluang, hambatan, pilihan, dan konsekuensi pada dirinya sendiri. Jadi hal ini berupaya mengidentifikasi tujuan yang terkait dengan karir dan menetapkan rencana untuk mencapai tujuan tersebut.

Seperti halnya pendapat Dessler (1997), mengungkapkan bahwa perencanaan karir adalah proses pertimbangan mendalam yang melaluinya seseorang menjadi sadar akan ketrampilan, minat, pengetahuan, motivasi, dan karakteristik personal lainnya; menuntut informasi tentang peluang dan pilihan; mengidentifikasi tujuan-tujuan yang berhubungan dengan karir; dan memantapkan rencana tindakan untuk mencapai tujuan tertentu.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perencanaan karir adalah

merupakan suatu proses upaya seseorang secara menyeluruh sesuai dengan tujuan-tujuan karir dan mengembangkan cara untuk menetapkan rencana guna mencapai tujuan tersebut.

Pengembangan Karir

Perjalanan karir seseorang menuju posisi tertentu seringkali melewati berbagai macam jenjang kepegangatan atau rangkaian pengalaman yang kaya. Bagi seseorang perjalanan karir ini mungkin berlangsung secara perlahan, bagi orang lain mungkin berjalan cukup pesat dan meyakinkan.

Menurut Saydam (1996), pengembangan karir seorang karyawan perlu dilakukan karena seorang karyawan bekerja dalam suatu perusahaan tidak hanya ingin memperoleh apa yang dipunyai hari ini, tetapi juga mengharapkan ada perubahan, ada kemajuan, ada kesempatan yang diberikan kepadanya untuk maju ke tingkat yang lebih tinggi dan lebih baik. Setiap orang akan merasa bosan bekerja pada tempat yang itu-itu saja, ia selalu mengharapkan akan ada perubahan dan jaminan bahwa ia dari waktu ke waktu mendapat pengakuan yang lebih besar dari perusahaan atau lingkungan kerja.

Pengembangan karir sangatlah dibutuhkan baik oleh individu maupun organisasi. Pengembangan karir merupakan salah satu upaya yang harus dilaksanakan agar rencana karir yang sudah ada dapat membawa hasil yang memuaskan. Siagian (1998), upaya pengembangan karir harus dilaksanakan oleh individu sendiri, dan sesungguhnya yang paling bertanggung jawab adalah pekerja yang bersangkutan sendiri karena yang paling berkepentingan

dan pekerja pulalah yang kelak akan memetik dan menikmati hasilnya. Hal ini merupakan salah satu prinsip individu untuk melakukan pengembangan karir yang sangat fundamental sifatnya. Akan tetapi tidak berarti organisasi tidak mempunyai kepentingan untuk mengembangkannya. Oleh karenanya, tidak mengherankan jika pengembangan dan perencanaan karir menjadi persoalan besar baik individu maupun organisasi.

Glueck (1982), mengatakan bahwa yang dimaksud dengan pengembangan karir adalah kegiatan-kegiatan terstruktur yang direncanakan oleh suatu organisasi kepada anggota-anggotanya dengan tujuan meningkatkan pengetahuannya, atau kemampuannya sesuai dengan arah dan kemajuan karirnya.

a. Umur

Gellerman (1987) berpendapat bahwa para pekerja muda pada umumnya mempunyai tingkat harapan dan ambisi yang tinggi. Mereka mempunyai tantangan dalam pekerjaan dan menjadi bosan dengan tugas-tugas rutin. Mereka tidak puas dengan kedudukan yang kurang berarti. Hal ini juga terjadi pada pekerja usia menengah. Status menjadi sesuatu yang penting. Pada usia inilah mereka akan ditentukan apakah sukses atau tidak. Sebaliknya, di usia lanjut, kompetisi biasanya dielakkan karena menurunnya stamina.

b. Pendidikan

Liebert & Neake (1977) berpendapat bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pemilihan pekerjaan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka keinginan untuk melakukan pekerjaan dengan tingkat

tantangan yang tinggi semakin kuat. Harapan-harapan dan ide kreatif akan dituangkan dalam usaha penyelesaian tugas yang sempurna (Caplow, dalam As'ad, 1987). Ide yang kreatif merupakan simbol aktualisasi diri dan membedakan dirinya dengan orang lain dalam penyelesaian tugas serta kualitas hasil.

Program pendidikan dalam rangka meningkatkan human capital perempuan pekerja di Sul-Sel sebaiknya dirancang secara khusus, dimana tetap diarahkan pada peningkatan keahlian. Hanya saja perlu disadari bahwa perempuan memang benar cenderung memiliki ekspektasi yang lebih rendah pula, sehingga tampak selalu puas dengan hasil kerjanya dibandingkan dengan laki-laki, dimanapun mereka bekerja, Rahmatia (2004).

c. Lama Bekerja

Para pekerja usia menengah dengan pengalaman kerja yang cukup sangat mementingkan status. Pada usia ini sangatlah menentukan apakah mereka akan sukses selanjutnya atau tidak. Kesuksesan diperoleh melalui keinginan berkompetisi dalam pencapaian tujuan, karena pada tingkat usia menengah mereka telah sampai pada tahap pemeliharaan karir. Usaha mempertahankan dan meningkatkan karir dilakukan dengan menunjukkan prestasi kerja sebaik-baiknya. Prestasi kerja meningkat sejalan dengan bertambahnya pengalaman dalam penyelesaian tugas (Blum & Nayer, 1968).

d. Jenis Kelamin

Sejalan dengan perubahan ciri dan sifat-sifat yang dapat terjadi dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat lain.

Tjokrowinoto (1996) mengatakan bahwa perkembangan selanjutnya menciptakan mitos-mitos hubungan antara laki-laki dan perempuan, yang pada akhirnya cenderung menempatkan perempuan pada posisi terbelakang. Adapun akar historis dan akar struktural dari keterbelakangan perempuan disebabkan antara lain :

1. Adanya dikotomi maskulin/feminine peranan manusia sebagai akibat dari determinisme biologis, seringkali mengakibatkan proses marginalisasi perempuan.
2. Adanya dikotomi peran publik/peran domestik yang berakar dari syndrome bahwa "*peran perempuan adalah di rumah*", pada gilirannya melestarikan pembagian antara fungsi produktif dan fungsi reproduktif antara laki-laki dan perempuan.
3. Adanya konsep "beban kerja ganda" (double burden) yang melestarikan wawasan bahwa tugas perempuan terutama adalah di rumah sebagai ibu rumah tangga, cenderung menghalangi proses aktualisasi potensi perempuan secara utuh.
4. Adanya syndrome subordinasi dan peran marginal perempuan telah melestarikan wawasan bahwa peran dan fungsi perempuan dalam masyarakat adalah bersifat sekunder.

Hambatan-hambatan di atas menunjukkan bahwa kehadiran perempuan belum sepenuhnya bisa diterima oleh laki-laki dan belum sepenuhnya mendapat pengesahan secara kelembagaan. Menurut pendapat Vuuren (1988) dan Barnhouse (1992) bahwa perempuan sebagai manusia sering dinilai sebagai warga kelas dua yang berfungsi reproduksi dan berperan domestik. Berlatar belakang mitos inilah yang

akhirnya mempengaruhi pengembangan karir perempuan selanjutnya pada posisi terbelakang dibandingkan dengan laki-laki.

e. Jumlah Tanggungan

Tanggung jawab keluarga yang berdampak pada kemajuan karir dan bagaimana dapat menerima karyawan di bank diteliti oleh Liff dan Ward (2001) dan Still (1997), dan industri-industri lainnya (Greenhaus dan Parasuraman, 1999). Tanggung jawab tergantung pada jumlah waktu yang dibutuhkan dan bagaimana menyisakan waktu (Greenhaus dan Parasuraman, 1999). Didukung pula oleh Korabik dan Rosin (1995) yang menemukan bahwa karyawan yang mempunyai anak, bekerja lebih sedikit dibandingkan dengan perempuan yang tidak mempunyai anak. Dari penelitian-penelitian tentang jumlah tanggungan di atas pengaruhnya terhadap kemajuan karir menunjukkan bahwa seorang karyawan yang mempunyai jumlah tanggungan lebih banyak akan mempunyai waktu dan perhatian yang lebih sedikit terhadap pekerjaannya, yang akan berdampak kepada hasil dan prestasi kerjanya.

f. Perpindahan Horizontal.

Cara terbaik bagi karyawan baru untuk menguji diri mereka sendiri dan mengkristalisasikan jangkar karir mereka adalah dengan menguji coba berbagai jabatan yang menantang. Dengan berotasi pada jabatan-jabatan dalam berbagai spesialisasi, misalnya dari analisis keuangan, produksi, sampai sumber daya manusia. Karyawan mendapatkan peluang untuk menilai kecerdasan dan pilihannya. Pada saat yang sama, organisasi mendapatkan seorang manajer dengan

pandangan multifungsional yang lebih luas tentang organisasi.

g. Penghargaan

Kegiatan paling penting yang bisa dilakukan seorang pekerja untuk mengembangkan karirnya adalah prestasi kerja yang baik dan etis yang pada akhirnya mendapatkan penghargaan. Asumsi tentang prestasi kerja yang baik karena hal ini mendasari semua kegiatan pengembangan karir lainnya. Meskipun usaha untuk mengembangkan karir telah dilakukan secara maksimal namun apabila prestasi kerja mengalami penurunan maka tujuan karir yang bagus pun biasanya tidak bisa tercapai. Kemajuan karir sangat ditentukan oleh prestasi kerja. Tanpa prestasi kerja yang baik, sukar bagi seorang pekerja untuk mendapatkan penghargaan atau diusulkan oleh atasan langsung agar dipertimbangkan untuk dipromosikan ke pekerjaan atau jabatan yang lebih tinggi di masa depan.

Memutuskan untuk menggali potensi agar karir meningkat, membutuhkan persiapan matang, karena meningkatnya karir berarti bertambahnya hak dan kewajiban, berarti pula bertambahnya beban tanggung jawab dan risiko. Risiko tidak bisa dihindari dan tidak perlu dihindari.

Studi gender mulai berkembang di lingkungan ilmuwan sekitar tahun 1970-an yang kaitannya dengan pembangunan. Hal ini melibatkan perempuan ikut berperan serta dalam pembangunan. Keterlibatan perempuan dalam pembangunan disini masih sempit karena masih belum memakai analisis gender, artinya masih ada ketidakpuasan dengan konsep “perempuan dalam pembangunan” (*Women*

in Development atau *WID*) yaitu sebagai seluruh usaha praktis yang mencoba mengintegrasikan perempuan ke dalam pembangunan. *Women in Development* atau *WID* pada dasarnya melihat perempuan terpisah dengan laki-laki tanpa memperhatikan hakekat hubungan sosial yang melandasi subordinasi perempuan, hal ini perlu ada perbedaan antara seks yang bersifat biologis dan gender yang bersifat sosial.

Konsep *Women in Development* yang sempit ini mulai lebih menjadi perhatian, setelah terjadinya pergeseran pada konsep yang lebih luas “Perempuan dan Pembangunan” (*Women and Development* atau *WAD*), bermuatan kritis terhadap peranan perempuan dalam pembangunan serta pengaruh kepada kebijakan dan proyek-proyek pembangunan terhadap perempuan. Upaya tersebut ternyata masih belum mampu mengintegrasikan perempuan dalam pembangunan dan yang terakhir berkembang konsep “*Gender and Development*” atau *GAD* yang memperhatikan masalah hubungan sosial laki-laki dan perempuan dengan memakai analisis gender dalam mengembangkannya.

Achir (1985) dalam tulisannya “Perempuan dan Karya” mengatakan bahwa masuknya perempuan dalam jumlah yang besar dalam dunia publik (*angkatan kerja*) bukan saja didorong oleh terbukanya kesempatan yang lebih besar bagi perempuan untuk bekerja, tetapi juga oleh berbagai dorongan dari dalam diri perempuan itu sendiri. Perempuan banyak yang tidak puas kalau hanya sebagai ibu rumah tangga tanpa mengembangkan potensinya secara optimal.

Pengembangan karir perempuan dalam mengaktualisasikan diri maka perlu terlebih dahulu memahami konsep gender itu sendiri. Menurut Widaningroem (1998) gender adalah suatu konsep yang mengacu pada tatanan peranan dan hubungan antara perempuan dan laki-laki dalam keluarga, masyarakat dan pembangunan yang ditetapkan bukan berdasarkan biologis tetapi dalam konteks sosial, ekonomi dan politik. Konsep gender sebagai suatu konstruksi sosial telah mengalokasikan peranan, hak, kewajiban serta tanggung jawab perempuan dan laki-laki dalam fungsi produksi maupun reproduksi.

Fakih (1997) konsep gender, adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun cultural. Misalnya, perempuan itu dikenal lemah lembut, cantik, emosional, atau keibuan. Sementara laki-laki dianggap, kuat, rasional, jantan, perkasa. Ciri dari sifat itu sendiri merupakan sifat-sifat yang dapat dipertukarkan. Artinya bahwa laki-laki ada yang emosional, lemah lembut, keibuan, sementara perempuan juga ada yang kuat, rasional, dan perkasa. Berawal dari konsep-konsep gender ini diharapkan dapat mencegah kesenjangan hubungan sosial laki-laki dan perempuan. Artinya bahwa laki-laki dan perempuan mempunyai kesamaan hak, kewajiban sehingga terwujud dalam kesempatan, kedudukan, peranan yang dilandasi oleh sikap dan perilaku yang saling membantu dan mengisi.

Pernyataan di atas menggambarkan adanya kesempatan dan peluang di dalam mengembangkan karir. Buktinya di Negara maju menunjukkan peranan perempuan dalam tatanan dunia semakin mengglobal.

Dalam Susanto (1998), menyebutkan ada beberapa perempuan yang sudah menduduki posisi puncak antara lain : Brenda Barnes, berusia 42 tahun, telah menduduki Presiden and CEO Pepsi Cola untuk Amerika Utara. Sementara Karen Katen dalam usianya yang ke 47 menduduki jabatan sebagai Presiden U.S. Pharmaceutical Group, Pfizer dan Christine Tod Whitman, 49 tahun, menjadi Gubernur Negara bagian New Jersey. Di bidang akademis Judith Rodin menjadi Presiden Universitas Pennsylvania. Inilah gambaran perempuan yang berprestasi di Negara yang paling maju.

Peningkatan partisipasi perempuan terjadi tidak hanya di Negara maju, di Negara berkembang bisa, termasuk Negara Indonesia. Menurut catatan Warta Ekonomi, pada tahun 2011 sedikitnya ada 44 dari 100 manajer perempuan yang punya karir bagus dan berhasil menduduki posisi yang cukup terhormat di bidang keuangan.

Pada tahun ini, dengan hadirnya manajer perempuan yang mampu duduk di jajaran direksi di bidang jasa keuangan, paling tidak hal itu sekaligus menggarisbawahi kembali bahwa seiring dengan berkembangnya waktu, jumlah manajer perempuan yang mampu “bertahta” di bidang itu tampak banyak.

Hal ini ada kecenderungan bahwa kualitas dan kuantitas perempuan pekerja di Indonesia meningkat. Pada umumnya kaum perempuan khususnya ibu rumah tangga, bekerja untuk menambah penghasilan keluarga. Namun tidak sedikit yang bekerja hanya sebagai pengisi waktu luang ataupun demi meningkatkan karir. Bagi perempuan yang mempunyai motif untuk menambah pendapatan keluarga, bekerja tidak terlalu

memperhitungkan besar kecilnya upah/gaji yang akan diterima, yang penting mereka dapat memperoleh tambahan penghasilan.

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan didukung oleh beberapa teori maupun kerangka pemikiran yang ada di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

Diduga ada perbedaan yang signifikan dalam mendapatkan promosi menurut variabel umur, pendidikan, lama bekerja, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan, perpindahan horizontal, dan banyaknya penghargaan, bagi karyawan pada bank di Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian survey berlokasi di Kota Makassar, penelitian dilakukan dengan metode acak sederhana (mengundi) beberapa bank yang ada di wilayah kerja Kota Makassar. Dan menggunakan metode pengambilan data Purposive Sampling.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan bank yang berada di Kota Makassar yang bekerja pada 4 Bank yang ada di Kota Makassar.

Tabel 1. Jumlah Populasi Penelitian

No	Nama Bank	Karyawan	Karyawan Laki-Laki	Karyawan Perempuan
1	BTN	125	74	51
2	Bank Mandiri	620	405	215
3	ABN AMRO (ANZ)	10	7	3
4	BCA	173	55	118
Jumlah		928	541	387

Dari tabel di atas, memberikan gambaran tentang populasi penelitian pada sektor perbankan. Dimana jumlah karyawan pada keempat bank yang ada berjumlah 928 orang. Karyawan laki-laki berjumlah 541 orang dan karyawan perempuan berjumlah 387 orang.

Sampel

Agar dapat diperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian yang diinginkan, maka peneliti menggunakan kriteria atau pertimbangan sebagai berikut:

1. Responden yang diteliti minimal lulusan SMA
2. Karyawan tetap
3. Pengalaman kerja minimal 3 tahun

Untuk ukuran sampel digunakan rumus Slovin (Umar, 2004) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = persentase kelonggaran ketidaktelitian (presisi) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Jumlah sampel adalah:

$$n = 928 / (1 + 928 (0,01)^2) \approx 90 \text{ orang}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang diambil digenapkan 100 orang.

Teknik Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam menganalisis peubah data agar penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian akan digunakan dua metode analisis:

1. Analisis Deskriptif
2. Analisis Inferensial

Untuk keperluan analisis inferensial data

akan diproses dengan menggunakan model regresi logistik (*Regression Logistic Model*), karena variabel terikat memiliki dua jawaban yaitu bernilai satu (1) jika mendapat promosi dan bernilai nol (0) jika tidak mendapat promosi maka digunakan *Binary Logistic Regression*. secara umum model ini dapat ditulis dalam bentuk fungsi sebagai berikut:

$$Y = f(U, S, Lk, Jk, Sk, Jtg, Hor, Phg)$$

Dimana diketahui bahwa Y = peluang mendapat promosi U= Umur; S = Pendidikan; Lk = Lama bekerja; Jk = Jenis kelamin; Sk = Status perkawinan; Jtg= Jumlah Tanggungan; Hor= Perpindahan Horizontal; dan Phg= Banyaknya Penghargaan.

Karena variabel terikat adalah variabel kategorik maka fungsi tersebut dapat ditulis dalam bentuk persamaan matematika sebagai berikut:

$$\frac{p}{1-p} = e^{\beta_0 + \beta_1 U + \beta_2 S + \beta_3 Lk + \beta_4 Jk + \beta_5 Sk + \beta_6 Jtg + \beta_7 Hor + \beta_8 Phg + \mu}$$

$$\ln \frac{p}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 U + \beta_2 S + \beta_3 Lk + \beta_4 Jk + \beta_5 Sk + \beta_6 Jtg + \beta_7 Hor + \beta_8 Phg$$

Di mana:

β_0 = konstanta

$\beta_1, \dots, \beta_{10}$ = Koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Analisis Deskriptif yang digunakan adalah tabulasi silang (*Cross Tab*) antar variabel terikat dan variabel bebasnya, antara lain:

a. Umur Dan Pengembangan Karir
Variabel Promosi terbagi atas dua dan variabel Umur terbagi atas tiga yang dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 2 Distribusi Persentase Responden Menurut Umur Dan Pengembangan Karir

Umur (Tahun)	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
< 30	11	61.11	7	38.89	18	100.00
30 - 40	33	61.11	21	38.89	54	100.00
> 40	7	25.00	21	75.00	28	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada Tabel.2, terlihat bahwa responden pada kelompok umur dibawah 30 tahun dan kelompok umur 30-40 tahun yang tidak mendapat promosi sebesar 61.11 % sementara yang mendapatkan promosi sebesar 38.89 % hal ini menunjukkan bahwa umur dibawah 30 tahun dan kelompok umur 30-40 tahun merupakan karyawan baru dan masih dalam proses pengembangan karir.

b. Pendidikan dan Pengembangan Karir

Tabel 3 Persentase Responden Menurut Pendidikan Dan Pengembangan Karir

Pendidikan (Tahun)	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
< 17	10	83.33	2	16.67	12	100.00
17 - 19	39	53.42	34	46.58	73	100.00
> 19	2	13.33	13	86.67	15	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada tabel.3 terlihat bahwa, responden yang berkarir di Industri perbankan

berpendidikan setara dengan S1 sampai S2, yang mendapat promosi persentasenya sebesar 53.42 %, yang tidak mendapat promosi sebesar 34 orang. Sementara yang berpendidikan setara dengan S2 keatas secara keseluruhan mendapat kesempatan promosi.

c. Lama Bekerja Dan Pengembangan Karir

Tabel 4 Distribusi Persentase Responden Menurut Lama Bekerja Dan Pengembangan Karir

Lama Bekerja (Tahun)	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
< 17	11	42.31	15	57.69	26	100.00
17 - 19	22	46.81	25	53.19	47	100.00
> 19	18	66.67	9	33.33	27	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada tabel.4 di atas terlihat bahwa persentase karyawan baik yang mendapat promosi maupun yang tidak mendapatkan promosi memiliki persentase yang tidak jauh berbeda, sementara karyawan yang memiliki masa kerja di bawah 17 tahun sebesar 57.69 % namun telah mendapat promosi, hal ini dapat saja terjadi karena responden masuk dan berkarir di industri perbankan Kota Makassar berasal dari pendidikan yang cukup tinggi dan masih memiliki semangat yang tinggi untuk mengejar karir.

d. Jenis Kelamin Dan Pengembangan Karir

Tabel 5 Proporsi Responden Menurut Jenis Kelamin dan Promosi yang Diterima

Jenis Kelamin	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
Perempuan	24	68.57	11	31.43	35	100.00
Laki-Laki	27	41.54	38	58.46	65	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada tabel 5 terlihat bahwa ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam hal mendapat promosi dimana perempuan hanya 11% sementara laki-laki 38%. Jika dibandingkan dari seluruh responden baik laki-laki dan maupun perempuan, maka terlihat bahwa 65% dari karyawan laki-laki pernah mendapat promosi sementara perempuan yang pernah mendapat promosi hanya 35% hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rahmatia (2004) yang menyatakan “sebab dengan standar apapun yang dianggap sangat obyektif, kualitas pasar perempuan (kualitas hasil kerja) di mana-mana adalah diduga lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Hanya saja perlu disadari bahwa perempuan memang benar cenderung memiliki ekspektasi yang lebih rendah pula, sehingga tampak selalu puas dengan hasil kerjanya dibandingkan dengan laki-laki, dimanapun mereka bekerja”.

e. Status Perkawinan Dan Pengembangan Karir

Tabel.6 Distribusi Persentase Responden Menu-rut Status Perkawinan Dan Pengembangan Karir

Status Perkawinan	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
Tidak Kawin	37	50.00	37	50.00	74	100.00
Kawin	14	53.85	12	46.15	26	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada Tabel 6 terlihat bahwa terdapat perbedaan antara karyawan yang mempunyai status perkawinan kawin dan tidak kawin. Responden yang tidak kawin baik yang mendapat promosi maupun yang tidak mendapat promosi mempunyai persentase yang seimbang sebesar 50 %, sementara yang kawin dan mendapat promosi memiliki persentase sebesar 12 % sedangkan responden yang kawin dan tidak mendapat promosi sebesar 14 % hal ini sejalan dengan penelitian Chi-Ching (2002) yang menyatakan bahwa kendala keluarga juga dapat dianggap sebagai fungsi dari komitmen perempuan terhadap kewajiban-kewajiban keluarga dan perkawinan. Peranan sebagai ibu rumah tangga pada satu sisi dan jumlah dukungan dari suami dan keluarga pada sisi lainnya.

f. Jumlah Tanggungan Dan Pengembangan Karir

Variabel Promosi terbagi atas dua bagian dan variabel Jumlah Tanggungan, terbagi atas tiga bagian, dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel.7 Proporsi Responden Menurut Jumlah Tanggungan dan Pengembangan Karir

Jumlah Tanggungan	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
< 2	6	42.86	8	57.14	14	100.00
2 - 4	38	73.08	14	26.92	52	100.00
> 4	7	20.59	27	79.41	34	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada Tabel.7 terlihat bahwa persentase yang mendapat promosi dan tidak mendapat promosi tidak menampakkan perubahan perbedaan yang signifikan, karena pada

jumlah tanggungan 2 – 4 yang mendapat promosi lebih kecil persentasenya jika dibandingkan dengan yang tidak mendapat promosi, sementara pada jumlah tanggungan lebih besar dari 4 yang mendapat promosi justru lebih besar persentasenya.

g. Promosi dan Perpindahan Horizontal

Tabel 8 Proporsi Responden Menurut Perpindahan Horizontal dan Promosi yang Diterima

Perpindahan Horizontal	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
< 3	12	48.00	13	52.00	25	100.00
3 - 5	30	55.56	24	44.44	54	100.00
> 5	9	42.86	12	57.14	21	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada tabel 8, terlihat bahwa perbedaan persentase yang mendapat promosi dan tidak mendapat promosi pada karyawan yang mengalami perpindahan horizontal di bawah 3 kali tidak jauh berbeda, sementara kelompok lainnya yaitu yang mengalami perpindahan 3 – 5 kali yang tidak mendapat promosi memiliki persentase yang lebih besar, namun pada responden yang mengalami perpindahan lebih besar dari lima, yang mendapat promosi memiliki persentase yang lebih besar.

h. Promosi dan Banyaknya Penghargaan

Tabel 9 Proporsi Responden Menurut Banyaknya Penghargaan dan Promosi yang Diterima

Banyaknya Penghargaan	Pengembangan Karir				Total	
	Tidak Promosi		Dapat Promosi			
	jml	%	jml	%	jml	%
< 3	47	79.66	12	20.34	59	100.00
3 - 5	2	13.33	13	86.67	15	100.00
> 5	2	7.69	24	92.31	26	100.00
Total	51	51.00	49	49.00	100	

Data Primer diolah 2011

Pada tabel 9, terlihat bahwa perbedaan persentase yang mendapat promosi dan tidak mendapat promosi pada responden yang dikelompokkan berdasarkan banyaknya penghargaan yang diterima selama bekerja sebagai karyawan bank memiliki perbedaan yang sangat besar, di mana memperlihatkan bahwa yang memiliki penghargaan di bawah tiga, mereka yang tidak mendapat promosi 80% dan yang mendapat promosi hanya 20% dari 59 responden, sementara yang memiliki penghargaan di atas 5, mereka yang mendapat promosi 92% sedang yang tidak mendapat promosi hanya 8% dari 26 responden.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Karir

Dalam analisis ini ditetapkan taraf signifikansi (p -value) sebesar 0,05, sehingga variabel yang masuk akan mengacu pada taraf signifikansi tersebut, dan variabel yang tidak signifikan akan dikeluarkan dari model satu persatu sampai tidak terdapat lagi variabel yang tidak signifikan.

Hasil analisis inferensial dengan menggunakan Regresi Binary Logistic diperoleh koefisien-koefisien setiap variabel dari model analisis dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini:

Tabel .10 Koefisien Variabel Analisis Karir Karyawan Perbankan Di Makassar

Variabel	Koefisien (β)	Wald	Signifikan (p-Value)	e ^β
Konstanta	-101.793	5.098	0.024	0.000
Umur	-0.089	0.081	0.775	0.915
Pendidikan	5.898	5.040	0.025	364.308
Lama Bekerja	0.010	0.001	0.979	1.010
Jenis kelamin	-2.575	4.869	0.027	0.076
Status Perkawinan	-0.807	0.372	0.542	0.446
Jumlah Tanggungan	0.691	1.343	0.246	1.996
Perpindahan Horizontal	-0.122	0.226	0.634	0.885
Banyaknya Penghargaan	0.708	5.226	0.022	2.030

Berdasarkan output analisis regresi logistic pada penelitian ini, dalam mendapatkan model terbaik (*fit model*) dengan menggunakan metode *Backward stepwise (Wald)*, dari delapan variabel yang dimasukkan dalam model (variabel pendapatan, pendidikan, umur, status pekerjaan, pengetahuan tentang obat generik, dan tingkat keparahan penyakit), dihasilkan tiga variabel yang signifikan pada $\alpha=0,05$, variabel tersebut adalah pendidikan, jenis kelamin dan jumlah penghargaan. Dari variabel-variabel inilah yang membentuk model terbaik (*fit model*) yang digunakan dalam penelitian ini.

Jadi persamaan yang terbentuk adalah:

$$h \frac{p}{1-p} = -101,793 - 0,089U + 5,898S + 0,01Lk - 2,575Jk - 0,807Sk + 0,691T - 0,122Hor + 0,708Phg$$

Berdasar pada hasil uji Omnibus yaitu untuk menguji penggunaan Chi-Square untuk menguji model, terlihat bahwa signifikansi adalah 0,000 sangat signifikan yang berarti uji chi-square pada model goodness fit test ini dapat digunakan.

Dari tabel 4.10 juga terlihat bahwa G^2

(chi Square) sebesar 100,144 sedangkan nilai X^2 (0,05;8) sebesar 15,507 (Walpole R.E. dan Myers R.H: h.553, 1972). Dengan membandingkan nilai statistic uji G^2 dengan nilai X^2 (0,05;8) atau nilai signifikansinya ($p\text{-value} = 0,000$) dengan $\alpha=0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasar pada nilai-nilai di atas, diperoleh hasil bahwa $G^2 > X^2$ (0,05;8), atau nilai dari $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya paling sedikit ada satu koefisien $\beta_j \neq 0$ (minimal terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan perbankan di Kota Makassar), sehingga secara umum dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang digunakan dalam model berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan perbankan di Kota Makassar.

Berdasar pada hasil uji Hosmer dan Lomeshow diperoleh hasil signifikansi 0,028 yang lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$ sehingga Model yang dibangun menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan perbedaan ada tidaknya promosi karyawan perbankan di Kota Makassar.

Pada keluaran regresi logistic *block 1* pada (*Classification Table*) dilihat pada lampiran, , menunjukkan bahwa data dapat memprediksi ketepatan model untuk variabel y (pengembangan karir karyawan perbankan di Kota Makassar) adalah 93,0 persen (*overall percentage*).

Konstanta

Nilai konstanta menunjukkan $\beta_0 = -101,793$ atau sama dengan $e^{\beta_0} = 0,000$ jika seluruh variabel dianggap konstan yang menunjukkan bahwa peluang memperoleh promosi dalam jenjang karir karyawan

bank tidak ada jika keseluruhan variabel dianggap tidak ada.

Umur

Variabel umur memiliki nilai koefisien sebesar $\beta_1 = -0,089$ dengan nilai signifikansi $p = 0,775$ dengan demikian variabel umur tidak signifikan karena lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel umur tidak ada perbedaan yang signifikan dalam pengembangan karir karyawan bank di Kota Makassar.

Jadi dapat dikatakan bahwa umur bukanlah variabel yang signifikan meskipun memperlihatkan hubungan yang negatif apakah karyawan bank di Kota Makassar mendapat promosi atau tidak dalam jenjang karir karyawan bank di Kota Makassar. Hal ini juga dapat dilihat pada table 1 yang menunjukkan perubahan persentase yang mendapat promosi tidak mencolok selain pada saat berusia di atas 40 tahun.

Pendidikan

Variabel Pendidikan memiliki koefisien sebesar $\beta_2 = 5,898$ atau sama dengan $e^{\beta_2} = 364,428$ dengan signifikansi $p = 0,025$ berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel pendidikan mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan bank di Kota Makassar.

Koefisien yang positif sebesar 364,428 menunjukkan bahwa peluang mendapatkan promosi dalam pengembangan karir karyawan bank di Kota Makassar akan naik sebesar 364,428 kali lebih besar jika karyawan bank meningkatkan pendidikan baik pendidikan formal maupun pendidikan dalam lingkup intern bank di mana

karyawan bank tersebut bekerja, karena seseorang mendapat promosi berarti akan menduduki jabatan yang lebih tinggi dengan demikian dibutuhkan karyawan yang memiliki pengetahuan yang lebih luas dan mendalam serta memiliki analisis yang cukup baik untuk pengembangan bisnis perbankan sehingga dibutuhkan pendidikan dan pelatihan yang lebih banyak.

Lama Bekerja

Variabel lama bekerja memiliki koefisien sebesar $\beta_3 = 0,01$ atau sama dengan $e^{\beta_3} = 1,01$ dengan signifikansi $p = 0,979$ berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dengan demikian variabel lama bekerja tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam ada tidaknya promosi dalam pengembangan karir karyawan bank di Kota Makassar, hal ini terjadi karena dalam penentuan seseorang karyawan bank dalam memperoleh promosi yang diutamakan adalah prestasi.

Jenis Kelamin

Variabel Jenis Kelamin memiliki nilai koefisien $\beta_4 = -2,575$ atau sama dengan $\exp^{\beta_4} = 0,076$ dengan signifikansi $p = 0,027$ berarti signifikan karena lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Jenis Kelamin mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan dalam pengembangan karir karyawan bank di Kota Makassar.

Nilai koefisien sebesar 0,076 menunjukkan bahwa karyawan perempuan hanya memiliki kesempatan memperoleh promosi lebih besar sebesar 0,076 jika dibandingkan dengan karyawan laki-laki, dengan demikian terlihat adanya indikasi diskriminasi jenis kelamin dalam hal

mendapatkan promosi kelevel yang lebih tinggi. Hal senada di ungkapkan oleh Catalyst (dalam Burgess, 2003) secara rutin melakukan survey pada US.Fortune 500, juga Korn/Ferry International secara rutin melakukan survey terhadap organisasi-organisasi terbesar di Australia, menunjukkan adanya tren peningkatan walaupun sangat tipis terhadap jumlah perempuan yang menduduki jabatan *senior executive*.

Status Kawin

Variabel Status Kawin memiliki nilai koefisien $\beta_5 = -0,807$ atau sama dengan $e^{\beta_5} = 0,446$ dengan signifikansi $p = 0,542$ berarti tidak signifikan karena lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Status Kawin tidak mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan bank di Kota Makassar.

Jumlah Tanggungan

Variabel Jumlah Tanggungan memiliki nilai koefisien $\beta_6 = 0,691$ atau sama dengan $e^{\beta_6} = 1,996$ dengan signifikansi $p = 0,246$ berarti tidak signifikan karena lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Jumlah Tanggungan tidak mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan bank di Kota Makassar dalam pengembangan karirnya.

Perpindahan Horizontal

Variabel Perpindahan Horizontal memiliki nilai koefisien $\beta_7 = -0,122$ atau sama dengan $e^{\beta_7} = 0,885$ dengan signifikansi $p = 0,634$ berarti tidak signifikan karena lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Perpindahan

Horizontal tidak mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan bank di Kota Makassar dalam pengembangan karirnya.

Dalam pengembangan karir karyawan bank perpindahan horizontal bukan menjadi pertimbangan dalam penentuan seseorang karyawan memperoleh promosi atau tidak memperoleh promosi, bahkan seseorang yang tidak memperoleh promosi akan cenderung terus berpindah dari bagian yang satu kebagian yang lain namun tetap pada level yang sama.

Banyaknya Penghargaan

Variabel Banyaknya Penghargaan yang diterima memiliki nilai koefisien $\beta_8 = 0,708$ atau sama dengan $e^{\beta_8} = 2,030$ dengan signifikansi $p = 0,022$ berarti signifikan karena lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel banyaknya penghargaan mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan bank di Kota Makassar dalam pengembangan karirnya.

Variabel ini menjadi tanda prestasi kerja seorang karyawan bank, sehingga dijadikan acuan dalam pertimbangan karyawan tersebut memperoleh promosi atau tidak. Nilai koefisien yang setara dengan 2,030 menunjukkan bahwa karyawan yang mendapat penghargaan dari bank tempat dia bekerja memiliki kesempatan sebesar 2,030 kali lebih besar untuk mendapat promosi ke posisi level yang lebih tinggi. Hal ini di dukung oleh Dessler (1997) bahwa . Kemajuan karir sangat ditentukan oleh prestasi kerja. Tanpa prestasi kerja yang baik, sukar bagi seorang pekerja untuk

mendapatkan penghargaan atau diusulkan oleh atasan langsung agar dipertimbangkan untuk dipromosikan ke pekerjaan atau jabatan yang lebih tinggi di masa depan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

variabel umur, lama bekerja, status kawin, jumlah tanggungan, perpindahan horizontal menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan (yang ditunjukkan dengan nilai $p\text{-value} > 0.05$) dalam pengembangan karir karyawan bank di Kota Makassar.

Tingkat pendidikan, banyaknya penghargaan, jenis kelamin, mempunyai perbedaan yang signifikan (yang ditunjukkan dengan nilai $p\text{-value} < 0.05$) terhadap ada tidaknya promosi bagi karyawan bank di Kota Makassar dalam pengembangan karirnya.

B. Saran-Saran

Seseorang yang memiliki keinginan kuat untuk berkarir di industri perbankan sebaiknya memiliki pendidikan yang cukup tinggi dan memiliki banyak pengetahuan tambahan yang diperoleh dari pelatihan-pelatihan yang berhubungan dengan pekerjaan di dalam industri perbankan, disamping itu juga memiliki etos kerja yang tinggi yang disertai dengan pencapaian target-target yang telah ditetapkan.

Meskipun ditemukan adanya indikasi diskriminasi jenis kelamin dalam hal promosi jabatan ke level yang lebih tinggi pada karyawan bank di Kota Makassar, masih perlu lagi penelitian yang lebih mendalam untuk menemukan indikasi ini.

Daftar Pustaka

- Barnhouse, Ruth T. (1992) *Indentitas Wanita: Bagaimana Mengenal dan Membentuk Citra Diri*, Cetakan Ketiga, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Becker, B. And Gerhart, B. 1996. *The Impact of Human Resources Management on Organizational Performance: Progress and Prospect*, Academy of Management Journal, vol 39.
- Bernadin, H.J. & Russell, J.E.A. (1993) *Human Resources Management: An Experiential Approach*, McGraw-Hill, Inc., New York.
- Dessler, Gary (2005) *Human Resource Management*, International Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Fakih, M. (1997) *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta..
- Glueck, William F. (1982) *Personnell A Diagnostic Approach*, Third Edition, Business Publications, Inc., Plano, Texas.
- Handoko, T. Hani (1996) *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, edisi 2, Cetakan Kesepuluh, BPFE., Yogyakarta.
- Rahmatia (2004), *Pola dan Efisiensi Konsumsi Wanita Pekerja Perkotaan Sulsel: Suatu Aplikasi Model Ekonomi Rumahtangga untuk Efek Human Capital dan Social Capital*, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
- Robbins, Stephen P. (1996) *Perilaku Organisasi: Konsep – Kontroversi – Aplikasi*, Jilid I, Alih bahasa Hadyana Pujaatmaka, Prenhallindo, Jakarta.

- Schermerhorn, Jr. (1997) *Manajemen, Unggulan Terpadu*, Pusat Studi Wanita Edisi Bahasa Indonesia, Cetakan Pertama, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Siagian, S.P. (1998) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Ketujuh, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Saydam, G. (1996) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Djambatan, Jakarta.
- Susanto, A.B. (1998) *Visi Global Para Pemimpin Sinkretisme Peradaban*, Cetakan Pertama, PT. Gramedia, Jakarta.
- Tjokrowinoto, M. (1996) *Pembangunan: Dilema dan Tantangan*, Cetakan I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Umar, Husein (2005) *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Widaningroem, Retno (1998) *Konsep Jerder, Perspektif Jender Dalam Lingkup Penelitian Hibah Bersaing Dan Riset*
- Werther, Jr. W.B. & Davis, K. (1996) *Human Resources and Personnel Management*, Fifth Edition, International Edition, McGraw-Hill, Inc.
- , (2010) *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia*, Biro Pusat Statistik, Jakarta.
- , (2010) *Statistik kesejahteraan Rakyat, Survei Sosial Ekonomi Nasional*, Jakarta.
- , (2009-2010), *Statistik Indonesia*, BPS Jakarta.
- , (2010) *Statistik Sosial Ekonomi Rumah Tangga*, BPS Sulawesi Selatan.
- , (2009) *Statistik Ekonomi Keuangan Daerah Sulawesi Selatan*, Bank Indonesia, Makassar.

Peningkatan Kinerja Ukm Dengan Pengelolaan *Intellectual Capital* Dan Inovasi

Maya Indriastuti

Dista Amalia Arifah

Universitas Islam Sultan Agung

maya.beeyantoro@yahoo.com

Abstract

SMEs played important role in supporting national economic also created new work field and improved public prosperity. For rising SMEs performance they had to maximize their Intellectual Capital and Innovation. However, only little SMEs Adopted Intellectual Capital and innovation for rising their performance. This study aims to analyze the influence of intellectual capital and inovation on SMEs performance. The population used SMEs in handycraft cluster at Semarang city. Sampling using a purposive sampling method and obtained 80 responden as sample. Primary data was used in this research by distribute questioner and processed by multiple regression. The results showed that Intellectual Capital variable which are Structure Capital and Relational Capital influenced SMEs performance, analysis revealed less than 5% of level significant. Whereas innovation variable were insignificant affected SMEs performance.

Keywords : *Intellectual Capital, Innovation, SMEs, Companies Performance*

PENDAHULUAN

Tahun 2010 menandai diberlakukannya Perjanjian Perdagangan China-ASEAN (China-ASEAN Free Trade Area, CAFTA). Dengan kesepakatan ini, maka barang-barang antar negara China dan ASEAN akan saling bebas masuk dengan pembebasan tarif hingga nol persen. Sejumlah pengusaha menilai, sektor usaha kecil dan menengah akan tergilas karena serbuan barang-barang murah dari China. Dalam konteks ini, para pelaku bisnis tidak punya pilihan untuk menunda, apalagi mundur. Satu-satunya hal yang harus dilakukan adalah meningkatkan daya saing lokal dengan berbenah, mempersiapkan diri, dan berusaha memenangi persaingan ini (Ulum, 2010).

Di samping peningkatan daya saing produk lokal, perusahaan juga harus memaksimalkan pengelolaan *Intellectual Capital* (IC) yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Strategi ini mutlak diperlukan karena CAFTA ini merupakan pertanda dari munculnya era baru dalam ekonomi, dari *old economy* kepada *new economy*. Dalam *oldeconomy*, kesejahteraan diciptakan melalui peningkatan unit produk dan sistem pengukurannya berdasarkan pada pendapatan (revenue), kos (cost), dan laba (profit). Sedangkan dalam *new economy*, kesejahteraan diciptakan melalui peningkatan *incorporated value added* dari produk dan jasa (Ulum, 2010).

Hingga saat ini, perusahaan di Indonesia sebagian besar masih mempunyai

kecenderungan menggunakan *conventional based* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkan masih mengandung teknologi yang belum berkembang. Selanjutnya Abidin (2000) menyatakan bahwa jika perusahaan yang ada tersebut mengikuti perkembangan terkini, yaitu fokus pada pengelolaan *intellectual* secara maksimal, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing dengan menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh *Intellectual Capital* (IC) yang dimiliki oleh perusahaan. Inovasi yang ada akan mendorong terciptanya produk-produk yang semakin *favourable* di mata konsumen.

Setiarso (2006) menyatakan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Husband and Purnendu, 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005). Beberapa penelitian dalam Setiarso (2006) membuktikan bahwa UKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2005 dalam Setiarso, 2006) dan UKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan pekerjaan (Olomi, 1999; Lin, 1998; Westhead and Cowling, 1995). Kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran. Sangat penting bagi UKM memanfaatkan pengetahuan secara efisien dan meningkatkan potensi untuk berinovasi, guna memperoleh keunggulan bersaing. Dengan demikian pengelolaan *Intellectual*

Capital (IC) menjadi hal utama bagi perkembangan organisasi di masa depan (Mertins dan Will, 2007). Meskipun IC telah banyak di eksplorasi oleh perusahaan besar akan tetapi untuk lingkup UKM, IC belum secara maksimal di eksplorasi (Ibrahim, 2009). Exploitasi dan eksplorasi pengetahuan memunculkan inovasi administrasi dan teknologi dalam sebuah organisasi. Inovasi yang ada bergantung sepenuhnya pada pengetahuan yang dimiliki, dikatakan lebih jauh oleh Ibrahim (2009) perusahaan di level UKM paling baik jika menggunakan inovasi sebagai platform usaha. Seiring ketatnya persaingan antar UKM. Untuk memenangi persaingan yang ada UKM dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja dengan sumber daya yang dimiliki.

Kinerja perusahaan dan kemampuan untuk bertahan dalam persaingan ditentukan oleh kecepatan sebuah perusahaan mengembangkan kompetensi berbasis pengetahuan. Lebih jauh Bell (1973) dan Nonaka (1994) dalam Daud dan Yusoff (2010) menyatakan bahwa keunggulan bersaing perusahaan yang utama terletak pada pengetahuan. Dengan pengetahuan sebuah perusahaan dapat tetap mempertahankan keunggulan bersaingnya dengan membangun kapabilitasnya untuk belajar lebih cepat daripada pesaingnya (Grant, 1996b; Prusak, 2001 dalam Daud dan Yusoff, 2010). Seperti yang diketahui pengetahuan yang lebih dikenal dengan *Intellectual Capital* (IC) merupakan salah satu modal perusahaan untuk memenangi dalam “*new economy*”, hanya saja IC yang dimiliki perlu dikelola sehingga bisa memaksimalkan kinerja perusahaan (UKM).

Salah satu sektor yang digeluti usaha kecil menengah yang sangat memungkinkan untuk dikembangkan adalah industri kreatif. Sumber daya manusia kreatif dan kekayaan warisan budaya merupakan modal yang kuat bagi bangsa Indonesia untuk bersaing di industri kreatif. Sektor industri ini lebih mengintensifkan penggunaan informasi, kreativitas dan didukung sumber daya manusia yang kreatif. Dengan bekal ini UKM diharapkan bisa bersaing dengan industri besar yang seringkali lebih efisien dan berbiaya produksi lebih murah.

Di Indonesia peran industri kreatif terhadap perekonomian cukup signifikan terhadap PDB rata-rata tahun 2002-2006 adalah sebesar 6,3% atau setara dengan 104,6 triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal) (Departemen Perdagangan RI, 2008). Pemerintah Indonesia berkomitmen mengembangkan ekonomi kreatif karena potensinya yang besar untuk dikembangkan mengingat kekayaan sumber daya insani kreatif dan warisan budaya yang dimiliki. Meskipun begitu, pengembangan industri kreatif sebagai bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif menemui berbagai tantangan. Salah satu tantangan dalam pengembangan industri kreatif adalah kesiapan sumber daya manusia kreatif di Indonesia sebagai pelaku dalam industri kreatif yang perlu pengembangan (Departemen Perdagangan RI, 2008). Di sisi lain fondasi yang mendasari dan input utama dalam industri kreatif adalah *Intellectual Capital*. Dengan demikian pengelolaan *Intellectual Capital* menjadi relevan dalam hal ini karena akan menciptakan nilai tambah bagi bisnis (Hedberg dan Stenius-Bratt, 2006).

UKM Industri kreatif merupakan salah

satu sektor yang diharapkan mampu menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, khususnya di Kota Semarang yang mampu memberikan kontribusi besar pada kehidupan masyarakat yang berupa: PDB (Produk Domestik Bruto), penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Namun demikian, masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UKM industri kreatif di Kota Semarang, antara lain tingkat *intellectual capital* dan inovasi pada sektor UKM industri kreatif masih rendah, sehingga belum memberikan kinerja usaha yang maksimal pada UKM industri kreatif di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan serta mencari tahu bagaimana meningkatkan kinerja UKM industri kreatif melalui *intellectual capital* dan inovasi yang dimiliki oleh UKM industri kreatif itu sendiri. Penelitian ini akan menggambarkan dan mengeksplorasi elemen dari *Intellectual Capital* dan inovasi yang paling sesuai dengan karakteristik UKM industri kreatif.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Definisi UKM

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), dan UU No. 20 Tahun 2008. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) : Usaha Kecil (UK) merupakan entitas usaha

yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yakni :

Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 yang ditetapkan pada tanggal 4 Juli 2008 memberikan definisi bahwa :

Usaha Kecil merupakan entitas yang memiliki kriteria: (1) kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sementara itu, Usaha Menengah merupakan entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu : *Livelihood Activities*, *Micro Enterprise*, *Small Dynamic Enterprise*, dan *Fast Moving Enterprise*

Industri Kreatif

Industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan *intellectual* yang merupakan harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007).

Industri kreatif ini terdiri beberapa subsektor yang berbasis kreativitas, yakni antara lain: Periklanan, Arsitektur, Pasar barang seni, Kerajinan, Desain, Fesyen, Video, Film, dan Fotografi, Permaian Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan percetakan, Layanan Komputer dan piranti lunak, Televisi dan Radio, Riset dan Pengembangan.

Intellectual Capital (IC)

Dalam Rupidara (2008) terdapat beberapa definisi mengenai *Intellectual Capital /IC*,

antara lain oleh Lonnqvist dan Mettanen yang mendefinisikan *Intellectual Capital* sebagai sebuah konsep, *Intellectual Capital* merujuk pada modal-modal non fisik atau yang tidak berwujud (*intangible assets*) atau tidak kasat mata (*invisible*). *Intellectual Capital* memiliki potensi memajukan organisasi dan masyarakat. Dan secara ringkas Smedlund dan Poyhonen; 2005 (dalam Rupidara, 2008) mewacanakan *Intellectual Capital* sebagai kapabilitas organisasi untuk menciptakan, melakukan transfer, dan mengimplementasikan pengetahuan, seperti yang dinyatakan oleh Williams (2001) dalam Purnomosidhi (2006), *Intellectual Capital* adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai.

Beberapa kerangka konseptual dapat digunakan untuk mengelompokkan dan melaporkan IC. Sveiby, 1997 dalam Cerbioni dan Parbonetti (2007) menawarkan sebuah kerangka yang membagi IC ke dalam tiga kelompok, yang berguna dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam pengungkapan IC, seperti yang dijelaskan dalam Sawarjuwono dan Kadir, 2005 yaitu: *Human Capital* (modal manusia), *Structural Capital* atau *Organizational Capital* (modal organisasi), dan *Relational Capital* atau *Costumer Capital* (modal pelanggan).

Inovasi

Inovasi merupakan sebuah proses untuk menciptakan sebuah produk komersial dari penemuan (Hitt *et al*, 2005). Inovasi dapat memberikan empat jenis manfaat selain kas: pengetahuan, merk, ekosistem dan budaya (Andrew & Sirkin dari Anonymous, 2007). Tapi yang paling penting alasan untuk

inovasi dalam suatu organisasi adalah untuk membuat keuntungan.

Motwani *et al.*, 1999 dalam Ngah, 2009 menemukan bahwa struktur organisasi penting untuk inovasi, sebagai pendukung inovasi pada UKM, baik dalam inovasi produk maupun proses. Inovasi produk terjadi pada saat produk baru atau perbaikan produk diperkenalkan ke pasar sementara inovasi proses mengadopsi cara baru untuk membuat produk atau jasa (Maravekalis *et al.*, 2006 dalam Ngah, 2009).

Kinerja UKM Industri Kreatif

Dimensi pertumbuhan dikenal sebagai ukuran kinerja yang paling penting, terutama pada perusahaan kecil (Tsai *et al.*, 1991; Wiklund, 1999) dan merupakan uji kinerja yang baik ditengah kondisi resesi ekonomi dan persaingan yang ketat (Swamidass dan Newell, 1987). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang sangat lazim dan telah menjadi consensus sebagai ukuran pertumbuhan yang baik. Pertumbuhan pangsa pasar dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pasar. Pertumbuhan laba juga merupakan indicator pertumbuhan yang penting dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Dimensi kemampuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa jauh perusahaan dapat dikelola secara efektif.

Intellectual Capital (IC) dan Kinerja UKM

Jika perusahaan mampu mengkodifikasikan pengetahuan perusahaan dan mengembangkan IC, maka keunggulan bersaing akan dapat

dicapai. Keunggulan tersebut secara relatif akan menghasilkan kinerja bisnis (UKM) yang lebih tinggi (Astuti, 2004). Selain itu *Intellectual Capital* merupakan kunci penentu bagi nilai suatu perusahaan dan kinerja ekonomi nasional. Choo dan Bontis (2002) dalam Astuti (2004). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Pulic (1998). Bontis (1998), dalam Astuti (2004) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Intellectual Capital* dengan kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif terhadap kinerja UKM

Inovasi dan Kinerja UKM

Jenis inovasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UKM, khususnya bagi perkembangan inovasi (Oke *et al.*, 2004). Deshpande *et al.* (1993) menemukan bahwa inovasi adalah penentu yang penting bagi kinerja organisasi, bahkan setelah kultur telah dikendalikan. Damanpour (1991, 1996) berpendapat bahwa hubungan antara inovasi dan kinerja UKM tergantung pada pengukuran kinerja dan karakteristik dari suatu organisasi. Selain itu, berbeda jenis atau berbeda kombinasi inovasi juga dapat menghasilkan kinerja UKM yang berbeda (Lee & Chen, 2007). Hubungan positif antara inovasi dan kinerja UKM telah ditemukan di banyak penelitian (Damanpour, 1991, 1996; Kohli & Jaworski, 1993; Hurley & Hult, 1998; Atuahene-Gima, 2001; Keskin, 2006; Wolff & Pett, 2006; Montequin, 2006)

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 : Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM

METODE PENELITIAN

Disain Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah UKM *Cluster Handycraft*. Studi dilakukan pada industri UKM di Kota Semarang, dengan mengkaji variabel-variabel yang mencakup *Intellectual Capital* dan inovasi yang nantinya akan mempengaruhi kinerja UKM di Kota Semarang. Penelitian dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan instrumen kuesioner. Dimensi waktu dalam penelitian ini bersifat *crosssectional* yang dilakukan pada tahun 2011.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini seluruh UKM industri kreatif di Kota Semarang. Pengambilan sampel menggunakan nonprobabilitas (secara tidak acak) dengan metode *purposive sampling* yang berdasarkan kriteria (pertimbangan) tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan *sampling* UKM industri kreatif yang sudah beroperasi minimal dua tahun. Responden dalam penelitian ini adalah para pemilik atau pelaku UKM industri kreatif. Masing-masing responden akan dilakukan wawancara mendalam serta pengisian kuesioner.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. *Intellectual Capital* (IC)

Kerangka *Intellectual Capital* dalam penelitian ini menggunakan kerangka Sveiby yang disesuaikan dengan Montequin *et.al*, 2006 terbagi dalam tiga kelompok yaitu;

a. *Human capital* mencerminkan

kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya, seperti ; intelektual, keahlian, kreativitas, cara kerja. Kuesioner mengenai *Human Capital* terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) yang mengacu pada Astuti (2004).

b. *Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Kuesioner mengenai *Structural Capital* terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) yang mengacu pada Astuti (2004).

c. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar, seluruh relasi eksternal dengan konsumen,

seperti; *suppliers, partners, networks, dan regulators*. Kuesioner mengenai *Relational Capital* terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) yang mengacu pada Astuti (2004).

d.

2. Inovasi

a. Inovasi dalam pengembangan produk baru (pengembangan produk-produk yang dihasilkan dengan model dan/atau manfaat yang baru dengan memanfaatkan media sebagai sumber inspirasinya). Kuesioner mengenai Inovasi dalam pengembangan produk baru terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010)

b. Inovasi dalam produksi dan operasi (kemampuan suatu organisasi untuk melakukan peningkatan efisiensi dan keefektifan didalam proses produksi dan operasinya). Kuesioner mengenai Inovasi dalam produksi dan operasi terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010)

c. Inovasi dalam pemasaran (kemampuan perusahaan untuk mengembangkan berbagai aspek yang terkait dengan pemasaran produk, meliputi : jaringan distribusi dan promosi). Kuesioner mengenai Inovasi dalam pemasaran terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak

setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010).

3. Kinerja

- a. Dimensi pertumbuhan dikenal sebagai ukuran kinerja yang paling penting, terutama pada perusahaan kecil (Tsai *et al.*, 1991; Wiklund, 1999) dan merupakan uji kinerja yang baik ditengah kondisi resesi ekonomi dan persaingan yang ketat (Swamidass dan Newell, 1987). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang sangat lazim dan telah menjadi konsensus sebagai ukuran pertumbuhan yang baik. Pertumbuhan pangsa pasar dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pasar. Pertumbuhan laba juga merupakan indikator pertumbuhan yang penting dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.
- b. Dimensi kemampuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa jauh perusahaan dapat dikelola secara efektif.

Kuesioner mengenai dimensi pertumbuhan dan kemampuan terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010).

Prosedur Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengelola atau pemilik UKM industri kreatif yang menjadi objek penelitian ini khususnya UKM yang masuk dalam *cluster handycraft* di kota

Semarang. Pengujian model dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan analisis regresi *linier* berganda dengan menggunakan SPSS Versi 19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 80 responden, yang terdiri atas UKM industri kreatif *cluster handycraft* di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November – Desember 2011. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UKM di Kota Semarang yang umur usahanya berjalan lebih dari 2 tahun.

Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit* nya. Secara statistik dapat diukur dari nilai statistik *f*, Adjusted *R*² dan nilai statistik *t*. Pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil f-test

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	188.363	6	31.394	8.500	.000 ^a
Residual	269.625	73	3.693		
Total	457.987	79			

a. Predictors: (Constant), IPem, HC, IPro, SC,

IPO, RC

b. Dependent Variable: Kinerja

Keterangan :

HC = *human capital*;

SC = *structural capital*;

RC = *relational capital*;

IPro = inovasi dalam pengembangan produk baru;

IPO = inovasi dalam produksi dan operasi;

IPem = inovasi dalam pemasaran

Sumber : data primer yang telah diolah, 2012

Dari hasil pengolahan data diatas dapat terlihat bahwa dengan tingkat kepercayaan dibawah 5% diperoleh nilai F hitung = 8,500 dengan F signifikan sebesar 0,000. Hal ini berarti model regresi dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini yakni *intellectual capital* dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM.

Uji Koefisien Determinasi

Uji yang dilakukan untuk mengetahui kontribusi kemampuan menjelaskan variabel independen secara bersama-sama terhadap variansi variabel dependen, yang dapat dilihat pada koefisien determinasi berganda *adjusted* (R^2). Hasil perhitungan koefisien determinasi memberikan kontribusi terhadap variabel terikat sebesar 36,3% yang berarti bahwa semua variabel bebas tersebut mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 36,3% dan sisanya sebesar 63,7% dipengaruhi faktor lain di luar model. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.363	1.922

a. Predictors: (Constant), IPem, HC, IPro, SC, IPO, RC

Keterangan :

HC = *human capital*;
 SC = *structural capital*;
 RC = *relational capital*;
 IPro = inovasi dalam pengembangan produk baru;
 IPO = inovasi dalam produksi dan operasi;
 IPem = inovasi dalam pemasaran

Sumber : data primer yang telah diolah, 2012

Uji t

Untuk pengujian hipotesis pertama dan kedua dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Ringkasan Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Adjusted R ²
	B	Std. Error	Beta			
Constant	-2.073	3.235		-.641	.524	36,3
HC	.045	.214	.040	.212	.833	
SC	.388	.111	.326	3.492	.001	
RC	.628	.221	.507	2.840	.006	
IPro	-.094	.066	-.138	-1.429	.157	
IPO	.114	.096	.124	1.182	.241	
IPem	.049	.061	.076	.802	.425	

Keterangan :

HC = *human capital*;
 SC = *structural capital*;
 RC = *relational capital*;
 IPro = inovasi dalam pengembangan produk baru;
 IPO = inovasi dalam produksi dan operasi;
 IPem = inovasi dalam pemasaran

Sumber : data primer yang telah diolah, 2012

Dari hasil pengujian diatas dapat terlihat bahwa dari variabel *intellectual capital* hanya *structural capital* (SC) dan *relational capital* (RC) yang secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM, Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansinya yakni untuk variabel

structural capital (SC) sebesar 0,001; dan untuk variabel dan *relational capital* (RC) sebesar 0,006.

Pengujian Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja UKM

Hasil pengujian pengaruh *intellectual capital* yang meliputi *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *relational capital* (RC) dengan menggunakan regresi linier berganda, menunjukkan hasil nilai *p-value* (0,833); (0,001) dan (0,006) dan masing-masing *t* hitung sebesar 0,212; 3,492; dan 2,840. Hal ini berhasil menunjukkan pengaruh *intellectual capital* yakni *structural capital* (SC), dan *relational capital* (RC) terhadap kinerja UKM. Artinya H1 yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja UKM diterima.

Pengujian Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja UKM

Hasil pengujian pengaruh inovasi yang meliputi inovasi pengembangan produk baru (IPro), inovasi produksi dan operasi (IPO), dan inovasi pemasaran (IPem) dengan menggunakan regresi linier berganda, menunjukkan masing-masing hasil nilai *p-value* sebesar (0,157); (0,241); dan (0,425) $> \alpha$ (0,05) dan masing-masing *t* hitung sebesar -1,429; 1,182; dan 0,802. Hal ini tidak berhasil menunjukkan pengaruh inovasi terhadap kinerja UKM. Artinya H2 yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja UKM ditolak.

Pembahasan

Intellectual Capital Terhadap Kinerja UKM

Berdasarkan hasil pengujian, 80 UKM

yang dijadikan sampel dalam penelitian ini mempunyai *intellectual capital* yang baik dan kompeten serta mempunyai pengetahuan yang lebih. Untuk hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.

Intellectual Capital merupakan kunci penentu bagi nilai suatu perusahaan dan kinerja ekonomi nasional. Choo dan Bontis (2002) dalam Astuti (2004). Disamping itu, dalam Astuti terdapat hasil penelitian lain yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Intellectual Capital* dengan kinerja perusahaan Pulic (1998), hasil penelitian tersebut juga didukung oleh Bontis (1998).

Inovasi Terhadap Kinerja UKM

Berdasarkan hasil pengujian, 80 UKM yang dijadikan sampel dalam penelitian ini tidak mempunyai inovasi yang baik dan unik. Untuk hasil analisis regresi menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.

Hasil ini bertentangan dengan Deshpande *et al.* (1993); Kohli & Jaworski (1993); Hurley & Hult (1998); Atuahene-Gima (2001); Oke *et al.*, (2004); Keskin (2006); Wolff & Pett (2006); dan Montequin (2006) yang menemukan bahwa inovasi adalah penentu yang penting bagi kinerja organisasi. Sedangkan Damapour (1991, 1996) berpendapat bahwa hubungan antara inovasi dan kinerja UKM tergantung pada pengukuran kinerja dan karakteristik dari suatu organisasi. Selain itu, berbeda jenis atau berbeda kombinasi inovasi juga dapat

menghasilkan kinerja UKM yang berbeda (Lee & Chen, 2007)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil pengujian data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hipotesis yang diajukan baik H_1 menyatakan bahwa pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang menunjukkan hasil yang positif dan signifikan ($p\text{-value} < \alpha$ 5%) yakni *structural capital* dan *relational capital*. Sedangkan *human capital* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.
- 2) Hipotesis yang diajukan baik H_2 menyatakan bahwa pengaruh inovasi dalam pengembangan produk baru menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang, sedangkan inovasi produksi dan operasi, dan pemasaran menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan ($p\text{-value} > \alpha$ 5%) terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.
- 3) Keenam variabel bebas [*intellectual capital*(*humancapital*,*structuralcapital*, dan *relational capital*)], dan inovasi (pengembangan produk baru, produksi dan operasi, dan pemasaran) secara bersama-sama terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang. Hasil ini terlihat dari $p\text{-value} < \alpha$ 5%, yakni 0,000.
- 4) Keenam variabel bebas [*intellectual capital* (*human capital*, *structural*

capital, dan *relational capital*), dan inovasi (pengembangan produk baru, produksi dan operasi, dan pemasaran) mempunyai kemampuan 36,3% dalam menerangkan variasi variabel terikat (kinerja UKM), artinya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas dan sisanya 63,7% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

Saran Bagi Penelitian Mendatang

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan di atas, maka saran untuk penelitian yang akan datang antara lain :

- a. Mengidentifikasi variabel lain yang berpengaruh terhadap kinerja UKM seperti; modifikasi produk dan pengembangan produk lanjutan, hal ini dikarenakan variabel inovasi yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja UKM.
- b. Memperluas populasi penelitian, dengan tidak hanya menggunakan *cluster handycraft* saja tetapi jenis UKM lain yang diidentifikasi mempunyai intensivitas *Intellectual Capital* yang tinggi.

Daftar Pustaka

- Abidin, (2000). "Dilema Penilaian Intellectual Capital". *Media Akuntansi*. Edisi 7. Th. VII. Pp.44-45
- Afuah, Alan. (2003). *Innovation Management*. 2nd Edition. Oxford University Press. New York.
- Astuti, Partiw Dwi. (2004). "*Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance*". *Tesis Program*

- Pascasarjana, Universitas Diponegoro tidak dipublikasikan.
- Cerbioni, Fabrizio dan Antonio Parbonetti. (2007). "Exploring the Effects of Corporate Governance on Intellectual capital Disclosure: An Analysis of European Biotechnology Companies". *European Accounting Review*, Volume 16, Issue 4 December 2007, pages 791 - 826
- Daud Salina dan Wan Fadzilah Wan Yusoff, (2010). "Knowledge Management and Firm Performance in SMEs: The Role of Social Capital as a Mediating Variable". *Asian Academy of Management Journal*. Vol. 15, No. 2, 135–155, July 2010
- Ghozali, Imam. (2011). "*Analisis Multivariate dengan Menggunakan SPSS*". Cetakan V. BPFE Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hedberg, Anna & Stenius-Bratt, Hedvig, (2006), "Intellectual Capital Management in the Creative Industries", *Thesis*, Center for Intellectual Property Studies, Chalmers University of Technology, Goteborg University, Sweden. Tersediadi <http://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/1890/1/200637.pdf>
- Ibrahim, Abdul Razak, (2009). "The Relationship of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Performance: a Preliminary Study in Malaysian SMEs", *International Journal of Management Innovation Systems*, ISSN 1943-1384, 2009, Vol. 1, No. 1: E1
- Indonesia Design Power-Departemen Perdagangan RI, (2008), Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025, Departemen Perdagangan RI, tersedia di <http://indonesiakreatif.net/cms/wp-content/uploads/2009/10/Buku-4-Program-Kerja-Pengembangan-Industri-Kreatif-Nasional-2009-2015-Departemen-Perdagangan.pdf>
- Purwanto, B. M. (2002). "The Effect of Salesperson Stress Factors on The Job Performance", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 17, No. 2, pp. 150-169.
- Ulum, Ihyaul. (2010). "Memenangkan Persaingan China - ASEAN Free Trade Area (CAFTA) Melalui Optimalisasi Pengelolaan *Intellectual Capital*", Paper ini dipresentasikan pada seminar nasional di FE - UT Tangerang Selatan, 1 Oktober 2010, diakses tanggal 20 April 2011 dari www.google.com
- Mertins, K. and Will, M. (2007) "A Consistent Assessment of Intellectual Capital in SMEs InCaS: Intellectual Capital Statement – Made in Europe." *The Electronic Journal of Knowledge Management* Volume 5 Issue 4, pp. 427 - 436, available online at www.ejkm.com
- Montequin, V.R., Fernandez, F.O., Cabal, V.A., and Gutierrez, N.R. (2006). "An Integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Information Science*, 32, 525-538.
- Purnomosidhi, Bambang. (2006). "Praktik Pengungkapan Intellectual Capital pada Perusahaan Publik di BEJ", *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol.9, No.1, Januari 2006 Hal 1-20

Rupidara, Neil, (2008). "Intellectual Capital dan Strategi Pengembangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia". *Dipresentasikan pada Forum Diskusi PSKTI Universitas Kristen Satya Wacana* tanggal 21 Februari 2008.

Sawarjuwono, Tjiptohadi dan Agustine Prihatin Kadir. (2003). "Intellectual capital : Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah Library Research)". *Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 5, No. 1, Mei 2003: 35 – 57*

Siyamtinah, Sulisty, H., dan Rahmani, E. (2010). "Model Peningkatan Kapabilitas Inovasi Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja UKM di Kota Semarang". *Penelitian Hibah Bersaing*. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Sultan Agung Kota Semarang.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah.

Implementasi Konservasi Moral Melalui Pendidikan Akuntansi Berkarakter Untuk Mengoptimalkan Peran Etika Bisnis Dan Profesi Dalam Upaya Mewujudkan *Greening Business Management*

Maylia Pramono Sari
Surya Raharja
Universitas Negeri Semarang
Universitas Diponegoro Semarang
maylia_1010@yahoo.com
akulahmatahari@yahoo.com

Abstract

There are some very facts related to the environmental crisis that occurred in Indonesia. Environmental crisis facing humanity is a direct result of environmental management "non-ethical". Thus it can be said that the ecological crisis facing humanity is rooted in a crisis of ethics or moral crisis largely caused by the neglect of character education. Therefore, in order to achieve Greening Business Management is a strategy of integrated environmental management will require optimization of business ethics and professional roles in business processes. The growth of ethical awareness is influenced by a person during one's college education. Therefore, it is necessary to raise awareness of the role of education through the implementation of conservation ethical moral in all subjects in the curriculum. If it is also applied to S1 accounting students, the students will become professionals in the field of accounting that have ethical considerations ability is fine as it used to take ethical considerations in both the professional as well as discussion of ethical dilemmas through simulation completion of cases of ethical considerations. The author conducted a conceptual study in the writing of this article and the author seeks to analyze alternative solutions to the problems existing environmental crisis. The authors sought to implement conservation through learning accounting moral character throughout the course to the curriculum S1 Accounting, by taking an example of the study of the curriculum of the Faculty of Economics in Accounting S1 Semarang State University in 2012 with a total of 66 subjects. Real steps by the author is to redesign the competency standards in all accounting courses by optimizing the four aspects of intelligence that is Physic Quotient (PQ), Intellectual Quotient (IQ), Emotional Quotient (EQ) and Spiritual Quotient (SQ) to generate student character positive. Expected with positive character formation of the students, it is expected the perpetrators accounting accounting will also have a good character in the business-related issues so expect moral and character primarily related to the environmental crisis will be resolved and the business can be run

with a healthy, consistent and ethical.

In this case, the authors classify as accounting actors in the formation of character is the focus of financial accountants, management accountants, public accountants, public sector accountants, managers and stakeholders of the company. The results showed that of the 66 subjects, there were 35 subjects that are the focus of character education for character building accountants, managers and stakeholders; 13 subjects were the focus of financial accountants, public accountants and public sector accountants, 11 subjects were focused management accountant, 7 subjects that focus accountants public and public sector accountants.

Keywords: *Greening Business Management, Business & Profession Ethics, Learning Accounting Character, Moral Conservation*

PENDAHULUAN

Saat ini mayoritas perusahaan telah semakin sadar akan pentingnya keberlangsungan jangka panjang suatu usahanya (*sustainable*). Kelestarian merupakan salah satu aspek penting yang menjadi perhatian pihak manajemen. Saat ini, tantangan perusahaan bukan hanya persaingan global tetapi juga tantangan lingkungan alam. Lingkungan merupakan suatu perhatian bagi dunia bisnis, dimana bank, asuransi atau investor dapat diyakinkan apabila perusahaan telah mempunyai surat keterangan yang menyatakan tentang risiko lingkungan yang mungkin ditimbulkan oleh suatu aktivitas bisnis. *Global warming* atau pemanasan global dan alam semesta beserta isinya adalah tanggung jawab bersama. Eksploitasi yang berlebihan dari sumber daya alam akan mengakibatkan terganggunya rantai penyediaan bahan baku suatu aktivitas bisnis yang selanjutnya akan menghambat pembangunan berkelanjutan.

Fenomena ini menyentuh semua lapisan masyarakat dan institusi, karena menyangkut kehidupan selanjutnya umat manusia. Kesadaran akan pentingnya masalah ini juga sampai pada tataran

dunia bisnis, berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk mencapai tujuannya, maka suatu perusahaan harus menciptakan sistem input, proses dan output yang terintegrasi sehingga memungkinkan tercapainya suatu perusahaan hijau secara komprehensif. Di negara maju, perusahaan telah mulai melaksanakannya melalui apa yang dikenal dengan konsep *green environment*.

Peran dunia industri cukup besar artinya terutama berkaitan dengan perilaku perusahaan yang menyangkut perilaku stakeholdernya. Jika semua stakeholder dari berbagai industri di dunia sadar akan hal ini, maka akan memberi kontribusi yang tidak sedikit bagi kehidupan alam ini.

Krisis lingkungan hidup yang dihadapi manusia modern merupakan akibat langsung dari pengelolaan lingkungan hidup yang “nir-etik”. Artinya, manusia melakukan pengelolaan sumber-sumber alam hampir tanpa peduli pada peran etika. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa krisis ekologis yang dihadapi umat manusia berakar dalam krisis etika atau krisis moral.

Umat manusia kurang peduli pada norma-norma kehidupan atau mengganti norma-norma yang seharusnya dengan norma-norma ciptaan dan kepentingannya sendiri. Manusia modern menghadapi alam hampir tanpa menggunakan “hati nurani”. Alam begitu saja dieksploitasi dan dicemari tanpa merasa bersalah. Akibatnya terjadi penurunan secara drastis kualitas sumber daya alam seperti lenyapnya sebagian spesies dari muka bumi, yang diikuti pula penurunan kualitas alam. Pencemaran dan kerusakan alam pun akhirnya mencuat sebagai masalah yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari manusia.

Salah satu fakta yang dapat dijadikan rujukan yakni menggunakan *brown indicator* yakni jumlah emisi karbondioksida (CO₂) (metrik ton). Konsentrasi CO₂ menggambarkan informasi tentang perubahan iklim. Gas Rumah Kaca (GRK) antara lain CO₂, metan, dan CFC yang dihasilkan oleh kegiatan manusia (*antropogenik*), dalam konsentrasi yang berlebihan di lapisan biosfer memicu terjadinya pemanasan global dan selanjutnya mengakibatkan perubahan iklim.

Penyebab lain yang mengakibatkan kondisi lingkungan hidup mencapai tingkat yang memprihatinkan dengan kecenderungan yang terus menurun adalah pada tingkat pengambilan keputusan, kepentingan pelestarian sering diabaikan. Hal ini terjadi mengingat kelemahan kekuatan politik dari pihak-pihak yang menyadari pentingnya pengelolaan lingkungan hidup. Orientasi hidup manusia modern yang cenderung materialistik dan hedonistik juga sangat berpengaruh. Kesalahan cara pandang atau pemahaman manusia tentang sistem

lingkungannya, mempunyai andil yang sangat besar terhadap terjadinya kerusakan lingkungan yang terjadi dunia saat ini. Cara pandang dikotomis yang dipengaruhi oleh paham *antroposentrisme* yang memandang bahwa alam merupakan bagian terpisah dari manusia dan bahwa manusia adalah pusat dari sistem alam mempunyai peran besar terhadap terjadinya kerusakan. Cara pandang demikian telah melahirkan perilaku yang eksploitatif dan tidak bertanggung jawab terhadap kelestarian sumber daya alam dan lingkungannya. Disamping itu paham materialisme, kapitalisme dan pragmatisme dengan kendaraan sains dan teknologi telah ikut pula mempercepat dan memperburuk kerusakan lingkungan baik dalam lingkup global maupun lokal, termasuk di negara kita.

Contoh kasus di dalam negeri terkait masalah lingkungan hidup adalah kasus Freeport dengan perusakan lingkungan. Masyarakat dengan mata kepala sendiri menyaksikan tanah airnya dikeruk habis. Sehingga dampak dari hadirnya Freeport mendekatkan masyarakat dari keterbelakangan. Kalaupun masyarakat menerima ganti rugi, itu hanyalah peredam sesaat, karena yang terjadi justru masyarakat tidak banyak belajar dari usahanya sendiri. Masyarakat terlena dengan ganti rugi tiap tahunnya, padahal dampak jangka panjangnya sungguh luar biasa. Masyarakat akan semakin terpuruk dari segi mental dan kebudayaannya akan terkikis. Juga dalam beberapa tahun ini, tentunya kita masih disegarkan oleh kasus lumpur Lapindo. Kita tahu berapa hektar tanah yang terendam lumpur, sehingga membuat masyarakat harus meninggalkan rumahnya. Terkait kasus Citibank dan

Bank Century adalah berapa uang nasabah raib begitu saja tanpa diselesaikan. Mungkin bisa jadi ada unsur kesengajaan di dalamnya. Demi peningkatan profit yang tinggi, ada hal yang perlu dikorbankan, tentunya tidak lain adalah masyarakat. Kita juga masih ingat akan kasus Teluk Buyat yang menyebabkan tercemarnya lingkungan. Yang cukup mengejutkan mungkin kasus Marsinah, seorang buruh yang memperjuangkan hak-haknya, tetapi mengalami peristiwa tragis yang membuat nyawanya melayang. Semua itu terjadi karena tidak diterapkannya etika dalam berbisnis.

Di dalam etika terkandung penghargaan penghormatan, tanggungjawab moral dan sosial terhadap manusia dan alam. Kalau kita melihat lebih jauh tentunya ada dua kepentingan baik kepentingan perusahaan dan masyarakat yang perlu diselaraskan. Untuk itu diperlukan alternatif landasan etika yang lebih komprehensif yakni etika bersama yang mengikat secara transenden yang di dalam pandangan etisnya memiliki garis vertikal kepada Yang Maha Esa. Dengan melihat berbagai dimensinya, hemat kami, nampaknya pendidikan karakter yang mengoptimalkan kecerdasan manusia secara utuh dan seimbang mampu memainkan peran itu.

Pertumbuhan kesadaran etis seseorang sangat dipengaruhi oleh pendidikan selama seseorang menempuh kuliah. Oleh karena itu diperlukan peran pendidikan untuk menumbuhkan kesadaran etis melalui implementasi konservasi moral pada seluruh matakuliah pada suatu kurikulum. Jika hal tersebut juga diaplikasikan ke mahasiswa S1 akuntansi, para mahasiswa

akan menjadi profesional dalam bidang akuntansi yang memiliki kemampuan pertimbangan etis yang baik karena sudah terbiasa untuk mengambil pertimbangan etis baik dalam diskusi dilema etika profesional maupun melalui simulasi penuntasan kasus pertimbangan etis. Pertimbangan etis menjadi penting untuk pembelajaran perilaku profesi akuntan karena banyak penilaian profesional yang dikondisikan atas kepercayaan dan nilai-nilai individual. Hal ini dapat ditempuh melalui pendidikan akuntansi berkarakter.

Melalui pendidikan akuntansi berkarakter dengan memfokuskan pada implementasi konservasi moral maka para pelaku akuntansi akan memiliki keseimbangan empat kecerdasan yaitu *Physical Quotient* (PQ); *Intellectual Quotient* (IQ); *Emotional Quotient* (EQ); dan *Spiritual Quotient* (SQ). Jika manusia telah mencapai pada tingkatan *Spiritual Quotient* (SQ) maka asumsinya manusia juga akan memiliki ketiga komponen kecerdasan yang lain. Selain merupakan fenomena universal, agama nampaknya tampil dengan sangat meyakinkan karena memberikan basis absolutitas dan keharusan moral secara tanpa syarat, dimanapun, kapanpun, dan dalam hal apapun.

Tuntutan etis serta keharusan tanpa syarat itu hanya bisa didasarkan pada sesuatu yang tak bersyarat dan Yang Maha Esa. Misalkan saja dalam ajaran Islam menawarkan kesempatan untuk memahami Sunatullah serta menegaskan tanggung jawab manusia. Ajaran Islam tidak hanya mengajarkan untuk mengambil manfaat dari sumber daya alam, tetapi juga mengajarkan aturan main dalam pemanfaatannya dimana kesejahteraan

bersama yang berkelanjutan sebagai hasil keseluruhan yang diinginkan.

Penelitian ini berupaya mengimplementasikan konservasi moral melalui pembelajaran akuntansi berkarakter melalui desain ulang standar kompetensi untuk seluruh matakuliah pada kurikulum Akuntansi S1, dengan mengambil salah satu contoh yaitu kajian pada kurikulum Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun 2012 dengan total 66 matakuliah.

Hasil *mapping* yang dilakukan atas standar kompetensi yang selama ini ada, hanya 8 matakuliah yang mendesain mahasiswa untuk memiliki 4 unsur kecerdasan (PQ, IQ, EQ dan SQ); 10 matakuliah hanya meliputi 3 unsur kecerdasan (PQ, IQ dan EQ); sedangkan 48 matakuliah yang lain hanya sampai tataran 2 unsur kecerdasan (PQ dan IQ). Sehingga wajar jika selama ini banyak terjadi krisis lingkungan hidup akibat para pelaku akuntansi yang tidak berkarakter karena desain perkuliahanpun tidak secara komprehensif mengoptimalkan kecerdasan manusia yang utuh dan seimbang.

Diharapkan dengan adanya desain ulang atas standar kompetensi yang ada maka dapat terbentuk karakter positif para mahasiswa akuntansi yang nantinya diharapkan para pelaku akuntansi juga akan memiliki karakter yang baik dalam berbisnis, sehingga diharapkan berbagai permasalahan terkait moral dan karakter terutama terkait dengan krisis lingkungan hidup akan teratasi dan bisnis dapat dijalankan dengan sehat, taat asas dan beretika.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS GREENING BUSINESS MANAGEMENT

Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa bisnis hijau adalah “trend” saat ini, yang mana untuk mencapai hal tersebut harus ada interaksi antara ekonomi dan ekologi. Hal ini disebabkan karena adanya dampak terhadap sumber daya alam dan sumber daya manusia dari setiap aspek dari suatu aktivitas perusahaan industri. Untuk mencapai tujuannya, maka suatu perusahaan harus menciptakan sistem input, proses dan output yang terintegrasi sehingga memungkinkan tercapainya suatu perusahaan hijau secara komprehensif.

Pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan, dan pengendalian lingkungan hidup. Pengelolaan lingkungan hidup diselenggarakan dengan asas tanggung jawab negara, asas keberlanjutan, dan asas manfaat bertujuan untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup dalam rangka pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seutuhnya yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup adalah upaya sadar dan terencana, yang memadukan lingkungan hidup, termasuk sumberdaya, ke dalam proses pembangunan untuk menjamin kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan

generasi masa depan. **“Greening Business Management”** adalah strategi pengelolaan lingkungan yang terpadu yang meliputi pengembangan struktur organisasi, sistem dan budidaya dalam suatu kompetensi hijau dengan cara menerapkan dan mentaati seluruh peraturan tentang pengelolaan lingkungan, termasuk pengelolaan bahan baku, pengolahan limbah, penggunaan sumberdaya alam yang efektif, penggunaan teknologi produksi yang menghasilkan limbah minimal serta menerapkan komitmen kesadaran lingkungan bagi seluruh karyawan dalam organisasinya.

Perusahaan yang menggunakan pendekatan ini dapat dilihat komitmennya dengan berbagai tingkatan kedalaman aktivitas yang dilakukannya. Berdasarkan pengalaman dari beberapa industri, maka ada 4 alasan yang menjadi penyebab industri harus meletakkan masalah lingkungan sebagai aspek yang penting dalam usahanya, yaitu **(1) Lingkungan dan efisiensi**. Dengan adanya kesadaran bahwa sumber daya alam (materi dan energi) sangat terbatas, maka apapun juga harus dilakukan untuk mengurangi penggunaannya; **(2) “Image” lingkungan**. Mempunyai sikap positif terhadap lingkungan merupakan suatu hal yang baik untuk dapat menumbuhkan “image” yang selanjutnya untuk memperbesar “*market share*”; **(3) Lingkungan dan peluang pasar**. Dengan adanya tuntutan pasar terhadap pelaku bisnis dan dunia usaha dalam hal Sistem Manajemen Lingkungan (SML), yang selanjutnya dikembangkan menjadi pemberian sertifikasi ISO 14001, maka hal ini memberikan dampak positif pada dunia usaha.; **(4) Ketaatan terhadap peraturan lingkungan**. Meskipun “*law*

enforcement” pemerintah masih lemah, namun demikian apabila terjadi pelanggaran dalam pengelolaan lingkungan ataupun adanya pengaduan masyarakat akibat dampak dari suatu aktivitas industri, maka akan berdampak negatif terhadap reputasi industri tersebut.

PERAN ETIKA BISNIS DAN PROFESI

Secara umum etika adalah cara yang mengatur perilaku orang atau sekelompok orang dalam masyarakat. Etika (*ethics*) adalah kode yang berisi prinsip-prinsip dan nilai-nilai moral yang mengatur perilaku orang atau kelompok terkait dengan apa yang benar atau salah (Daft, 2007,201). Karena untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika perusahaan akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang karena (1). Akan dapat mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi baik internal perusahaan maupun dengan eksternal. (2). Akan dapat meningkatkan motivasi pekerja. (3). Akan melindungi prinsip kebebasan berniaga. (4). Akan meningkatkan keunggulan bersaing. Kita tidak bisa berasumsi bahwa pasar atau dunia bisnis dipenuhi

oleh orang-orang jujur, orang-orang yang berhati mulia, orang-orang bebas dari akal bulus, manipulasi dan kecurangan. Tetapi sungguh, tidak ada gunanya berbisnis dengan mengabaikan etika dan aspek spiritual. Biarlah pemerintah melakukan pengawasan, biarlah masyarakat memberikan penilaian, dan sistem pasar (dan sistem Tuhan tentunya) akan bekerja dengan sendirinya.

Etika bisnis dan profesi tidak terbatas hanya mengetengahkan kaidah-kaidah berbisnis yang baik (standar moral) dalam pengertian transaksi jual beli produk saja. Etika juga menyangkut kaidah yang terkait dengan hubungan manajemen dan karyawan. Wujud dari masalah etika bisnis dapat dicirikan oleh adanya faktor-faktor: (1). Berkaitan dengan hati nurani, standar moral, atau nilai terdalam dari manusia, (2). Masalahnya rumit, maka cenderung akan timbul perbedaan persepsi tentang sesuatu yang buruk atau tidak buruk; membahagiakan atau menjengkelkan, (3). Menghadapi pilihan yang serba salah, contoh kasus kandungan formalin dalam produk makanan; pilihannya kalau mau dapat untung maka biarkan saja tetapi harus siap dengan citra buruk atau menarik produk dari pasar namun bakal merugi, dan (4). Kemajemukan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan; misalnya apakah perusahaan perlu menggunakan teknologi padat modal namun dilakukan Putus Hubungan Kerja (PHK).

Keputusan etis merupakan suatu keputusan yang harus dibuat oleh setiap profesional yang mengabdikan pada suatu bidang pekerjaan tertentu, contohnya dalam bidang akuntansi. Di Amerika pernah dilakukan

survey oleh O.Clock dan Okleshen (1993) dalam Darsinah (2005) yang menemukan bahwa profesi akuntan dianggap sebagai salah satu profesi yang paling etis. Oleh karena itu dalam membuat suatu keputusan etis, seorang profesional akuntansi pasti akan mengacu pada kode etik profesi. Pengertian kode etik profesional dalam bidang akuntansi menurut Chasin. Dkk (1988, 4-6) (dalam Pustakaonline, 2008) adalah penuntun bagi perilaku akuntan dalam memenuhi kewajiban profesional dan dalam melaksanakan kegiatannya, yang mempengaruhi pandangan publik mengenai profesi akuntan.

Pustakaonline (2008) juga mendefinisikan kode etik sebagai bagian yang penting dari peraturan disiplin yang menyeluruh agar semua pihak yang berkepentingan pada jasa profesional akuntansi dapat dilindungi terhadap segala perbuatan akuntan secara individual yang tercela dan yang tidak bertanggung jawab. Kode etik resmi bagi para profesional akuntansi adalah Kode Etik Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Keberadaan kode etik ini dimaksudkan sebagai panduan dan aturan bagi seluruh anggota, baik yang berpraktik sebagai akuntan publik, bekerja di lingkungan dunia usaha, pada instansi pemerintah, maupun di lingkungan dunia pendidikan dalam pemenuhan tanggung jawab profesionalnya.

Setiap profesional dalam bidang akuntansi harus bekerja dan membuat keputusan berdasarkan kode etik yang ada. Akan tetapi pada prakteknya masih banyak profesional akuntansi yang bekerja tanpa berdasarkan kode etik profesional.

PENDIDIKAN AKUNTANSI BERKARAKTER

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. **Karakter** adalah sifat khas, kualitas dan kekuatan moral pada seseorang atau kelompok.

Definisi lain dari karakter adalah watak, tabiat, akhlak, atau kepribadian seseorang yang terbentuk dari hasil internalisasi nilai-nilai kebajikan yang diyakini dan digunakannya sebagai landasan cara pandang, berpikir, bersikap dan bertindak.

Proses pembentukan karakter dapat dilakukan melalui pendidikan, pengalaman, cobaan hidup, pengorbanan dan pengaruh lingkungan kemudian terinternalisasi nilai-nilai sehingga menjadi nilai intrinsik yang melandasi sikap dan perilaku tersebut dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan kemudian kebiasaan tersebut dipelihara maka jadilah karakter.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa **Pendidikan Karakter** adalah usaha sadar dan terencana dalam menanamkan nilai-nilai sehingga terinternalisasi dalam diri peserta didik yang mendorong dan diwujudkan dalam sikap dan perilaku yang baik. Terkait dengan hal tersebut diatas maka **Pendidikan Karakter bertujuan** untuk membantu siswa untuk mengembangkan potensi kebajikan sehingga terwujud dalam kebiasaan baik (hati, pikiran, perkataan, sikap dan

perbuatan), menyiapkan siswa menjadi warga negara yang baik, mengarahkan siswa agar mampu membangun kehidupan yang baik berguna dan bermakna.

Akuntansi merupakan ilmu yang bertahap dari pengerjaan bukti transaksi sampai pada laporan keuangan perusahaan, dimana laporan keuangan itu merupakan pedoman (pokok pengerjaan akuntansi) yang dapat memberikan informasi terkait posisi suatu perusahaan terletak pada posisi *loss* (rugi) ataukah profit (laba). **Akuntansi (*accounting*)** adalah suatu proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut.

Dalam dunia bisnis, akuntansi (*accounting*) dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Para pemangku kepentingan tersebut adalah *owners* (pemegang saham), *employees* (pekerja), *costumer* (pelanggan), *creditors* (orang yang memberi pinjaman), *government* (pemerintah), *community* (masyarakat). Bisa dibilang akuntansi adalah “bahasa bisnis” (*language of bisnis*) karena melalui akuntansi lah informasi bisnis dikomunikasikan kepada para pemangku kepentingan. Akuntansi menyediakan informasi bagi para pemangku kepentingan dalam perusahaan melalui proses sebagai berikut: (1) Mengidentifikasi pemangku kepentingan; (2) Menilai kebutuhan pemangku kepentingan; (3) Merancang sistem informasi akuntansi untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan;

(4) Mencatat data ekonomi mengenai aktifitas dan peristiwa perusahaan; dan (5) Menyiapkan laporan akuntansi bagi para pemangku kepentingan. Para pemangku kepentingan menggunakan laporan akuntansi sebagai informasi utama, meskipun bukan satu-satunya untuk membuat keputusan, mereka juga menggunakan informasi yang lain. Oleh karena itu pembelajaran akuntansi akan melibatkan banyak pelaku akuntansi.

Pembelajaran akuntansi bukan hanya sekedar ilmu teori yang harus diketahui dan didefinisikan tetapi bagaimana dengan teori tersebut dapat menambah pengetahuan konsep dan mengetahui realita atau kejadian tiap transaksi perusahaan. Menurut Buchori (2007) menyatakan bahwa pendidikan karakter seharusnya membawa peserta didik ke pengenalan nilai secara kognitif, penghayatan nilai secara afektif, dan akhirnya ke pengamalan nilai secara nyata. Begitu pula dengan pembelajaran akuntansi yang diharapkan juga tidak hanya berpusat pada transaksi perusahaan dan laporan keuangan tetapi juga menghayati nilai-nilai kepemimpinan pada suatu perusahaan, cara berorganisasi, dan pengaturan konsep mengenai pelaksanaan suatu kegiatan tertentu. i.

Pembelajaran akuntansi berkarakter adalah proses pemberian ilmu-ilmu akuntansi serta penanaman nilai-nilai secara langsung dan diterapkan dalam proses kegiatan belajar mengajar dan direalisasikan diluar kegiatan belajar mengajar sehingga terinternalisasi dalam diri peserta didik. Dalam hal ini penanaman nilai-nilai seperti penyajian etika sebagai bagian yang inheren dalam setiap matakuliah akuntansi adalah

bahwa materi etika menjadi materi yang *compulsory*, bukan *elective* (Chua, Perera, dan Mathews 1994:380). Sedangkan teknik pendidikan yang banyak dilakukan adalah berturut-turut, pendekatan kuliah, studi kasus, dan diskusi. Penelitian ini sengaja mengangkat topik ini karena dirasa banyak sekali karakter yang dapat diwujudkan dalam pembelajaran akuntansi.

Pada awalnya para ilmuwan hanya mengenal kecerdasan intelektual (*Intellectual Quotient/IQ*). Hal ini tercermin dalam desain standar kompetensi di setiap matakuliah yang hanya menonjolkan pencapaian kecerdasan intelektual (IQ). Dengan kecerdasan ini manusia dianggap mampu mengatasi berbagai persoalan hidup. Untuk membangun manusia berkarakter maka diperlukan pengembangan kompetensi secara utuh dan seimbang yang meliputi *Physical Quotient (PQ)*, *Intellectual Quotient (IQ)*, *Emotional Quotient (EQ)* dan *Spiritual Quotient (SQ)*. **Kecerdasan Intelektual (IQ)** berguna untuk memahami dunia fisik dan membangun kekayaan materi. **Kecerdasan Emosional (EQ)** berguna untuk mengenal diri dan orang lain serta untuk membangun hubungan sosial. **Kecerdasan Spiritual (SQ)** berguna untuk mencari makna hidup melalui hubungan dengan Tuhan. Dalam hal ini pembelajaran akuntansi berkarakter dilakukan dengan melakukan desain ulang standar kompetensi yang ada dengan mengoptimalkan keempat tipe kecerdasan yaitu *Physical Quotient (PQ)*, *Intellectual Quotient (IQ)*, *Emotional Quotient (EQ)* dan *Spiritual Quotient (SQ)*.

Upaya pendidikan dan penanaman nilai moral sejak dini dalam rangka

pengembangan karakter anak merupakan upaya yang perlu melibatkan semua pihak, baik keluarga inti, sekolah, masyarakat, maupun pemerintah. Jika antar berbagai unsur lingkungan pendidikan tersebut tidak harmonis maka pembentukan karakter pada anak tidak akan berhasil dengan baik. Sangatlah wajar jika keluarga sebagai pelaku utama dalam mendidik dasar-dasar moral bagi pengembangan karakter anak. Akan tetapi banyak anak tidak memperoleh pendidikan moral dari orang tua mereka dengan alasan kesibukan orangtua bekerja, oleh karena itu sekolah menjadi pihak yang turut memberikan peran besar dalam perkembangan karakter anak. Sekolah adalah rumah kedua bagi anak yang mulai memasuki dunia pendidikan sehingga penting bagi pihak sekolah melalui guru menyadari tugas dan perannya dalam mendidik bukan hanya sebagai pengajar saja sehingga pada gilirannya anak tidak hanya sekadar menjadi anak yang cerdas namun berkarakter. Hal itu merupakan usaha intensional dan proaktif dari sekolah, masyarakat dan negara untuk mengisi pola pikir dasar anak didik, yaitu nilai-nilai etika seperti menghargai diri sendiri dan orang lain, sikap bertanggung jawab, integritas, dan disiplin diri. Begitu pula dengan penerapan karakter pembelajaran akuntansi, harus dapat menghasilkan seorang akuntan yang berkarakter, sehingga ada sesuatu yang menonjol pada siswa (mahasiswa akuntansi), dimana itu semua didapatkan dari pendidik yang berkarakter pula dalam pembelajaran akuntansi. Begitu pula dengan pendidikan karakter dalam pembelajaran akuntansi.

Diharapkan hal tersebut akan memberikan solusi jangka panjang yang mengarah

pada isu-isu moral, etika dan akademis yang merupakan fokus dan sekaligus kekhawatiran yang terus meningkat di dalam masyarakat. Nilai-nilai yang dikembangkan dalam pendidikan tersebut seharusnya menjadi dasar dari kurikulum sekolah yang bertujuan mengembangkan secara berkesinambungan dan sistematis karakter siswa. Kurikulum tersebut menekankan pada penyatuan pengembangan kognitif dengan pengembangan karakter melalui pengambilan perspektif, pertimbangan moral, pembuatan keputusan yang matang, dan pengetahuan diri tentang moral.

IMPLEMENTASI KONSERVASI MORAL

Upaya pelestarian atau pewarisan nilai luhur disebut juga sebagai konservasi. Konservasi secara harfiah berasal dari bahasa Inggris "*conservation*" yang berarti pelestarian atau perlindungan. **Konservasi Moral** adalah upaya pelestarian budaya ditekankan pada konservasi atas nilai-nilai luhur yang terkandung dalam budaya tersebut. Konservasi budaya melalui sektor pendidikan dan penanaman nilai moral sejak dini dilakukan dalam rangka membangun peradaban baru bagi generasi Indonesia ke depan. Indonesia dikenal sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar dan tentunya kondisi tersebut membawa Indonesia menjadi target pasar bagi negara lain. Kondisi demikian, apabila tidak diimbangi dengan pendidikan dan penanaman nilai moral maka dapat diprediksi situasi di masa mendatang akan semakin parah.

Saat ini para pendidik sibuk dengan pencapaian yang sifatnya pembinaan otak bukan pembinaan watak. Pendidik hanya

menekankan keberhasilan dalam pencapaian akademis. Pendidik berperan dalam pendidikan dan penanaman moral anak melalui program kegiatan pembelajaran di sekolah. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyajikan berbagai rancangan program berbasis kearifan lokal. **Kearifan lokal (*local wisdom*)** dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal merupakan perpaduan antara nilai-nilai suci firman Tuhan dan berbagai nilai yang ada. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas.. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal. Diharapkan kearifan lokal ini menghasilkan kualitas diri yang memiliki karakter positif.

Menurut Kemendiknas 2010 , terdapat 18 nilai-nilai moral yang dikembangkan dalam pendidikan budaya dan karakter bangsa untuk membentuk karakter yang positif. Nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Religious.** Sikap dan perilaku patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain dan hidup rukun dengan pemeluk agama lain.
2. **Jujur.** Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan dan pekerjaan.
3. **Toleransi.** Sikap dan tindakan yang menghargai perbedaan agama, suku, etnis, pendapat, sikap dan tindakan orang lain yang berbeda dari dirinya.
4. **Disiplin.** Tindakan yang menunjukkan perilaku tertib dan patuh pada berbagai ketentuan dan peraturan.
5. **Kerja Keras.** Perilaku yang menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam mengatasi berbagai hambatan belajar dan tugas, serta menyelesaikan tugas dengan sebaik-baiknya.
6. **Kreatif.** Berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan cara atau hasil baru dari sesuatu yang telah dimiliki.
7. **Mandiri.** Sikap dan perilaku yang tidak mudah tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas.
8. **Demokratis.** Cara berpikir, bersikap dan bertindak yang menilai sama hak dan kewajiban dirinya dan orang lain.
9. **Rasa Ingin tahu.** Sikap dan tindakan yang selalu berupaya untuk mengetahui lebih mendalam dan meluas dari sesuatu yang dipelajarinya, dilihat dan didengar.
10. **Semangat kebangsaan.** Cara berpikir, bertindak dan berwawasan yang menempatkan kepentingan bangsa dan Negara di atas kepentingan diri dan kelompoknya.
11. **Cinta tanah air.** Cara berpikir, bersikap dan berbuat yang menunjukkan kesetiaan. Kepedulian dan penghargaan yang tinggi terhadap bahasa, lingkungan fisik, social, budaya, ekonomi dan politik bangsa.
12. **Menghargai prestasi.** Sikap dan tindakan yang mendorong dirinya untuk menghasilkan sesuatu yang berguna bagi masyarakat dan mengakui serta menghormati keberhasilan orang

- lain.
13. **Bersahabat/komunikatif.** Tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul dan bekerjasama dengan orang lain.
 14. **Cinta damai.** Sikap, perkataan dan tindakan yang menyebabkan orang lain merasa senang dan aman atas kehadiran dirinya.
 15. **Gemar membaca.** Kebiasaan menyediakan waktu untuk membaca berbagai bacaan yang memberikan kebajikan bagi dirinya.
 16. **Pedulilingkungan.** Sikap dan tindakan yang selalu berupaya mencegah kerusakan pada lingkungan alam di sekitarnya dan mengembangkan upaya-upaya untuk memperbaiki kerusakan alam yang sudah terjadi.
 17. **Peduli sosial.** Sikap dan tindakan yang selalu ingin member bantuan pada orang lain dan masyarakat yang membutuhkan.
 18. **Tanggung jawab.** Sikap dan perilaku seseorang untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya yang seharusnya dia lakukan, terhadap diri sendiri, masyarakat, lingkungan (alam, social dan budaya) Negara dan Tuhan Yang Maha Esa.

DUKUNGAN EMPIRIS

Pertimbangan etis menjadi penting untuk pembelajaran perilaku profesi akuntan karena banyak penilaian profesional dikondisikan atas kepercayaan dan nilai-nilai individual (Ponemon, 1992). Hal senada juga pernah diungkapkan oleh Candee dan Kohlberg (1987) (dalam Richmond, 2001) yang meriview sejumlah studi empiris (e.g. Haan, et al., 1968; Milgram, 1974; McNamee, 1978) (dalam

Metta. 2010), yang kesimpulannya mengungkapkan bahwa ada hubungan linier antara pertimbangan etis dan perilaku moral.

The American Accounting Association (1986) (dalam Richmond, 2001) menyatakan bahwa penelitian tentang perilaku etis terhadap mahasiswa akuntansi menjadi penting untuk meningkatkan sensitivitas mahasiswa akuntansi terhadap masalah etis dan tanggung jawab sosial. Ditambahkan pula bahwa standar akreditasi untuk program studi bisnis dan akuntansi meminta agar memasukkan studi mengenai persoalan-persoalan etis dalam kurikulum pendidikan.

Senada dengan penelitian yang dilakukan di Amerika, penelitian yang dilakukan di Indonesia oleh Sudibyo (1995) (dalam Metta, 2010) juga menyatakan bahwa dunia pendidikan akuntansi mempunyai pengaruh yang besar terhadap perilaku etika auditor. Oleh karena itu pendidikan akuntansi dengan kurikulum yang tepat sangat diperlukan untuk menciptakan para profesional akuntan yang memiliki moral yang baik dan tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap masalah etis dan tanggung jawab sosial.

Pertumbuhan kesadaran etis seseorang sangat dipengaruhi oleh pendidikan selama seseorang berkuliah. Hal tersebut dibuktikan melalui penelitian Hiltebeitel dan Jones, 1991 ; Cohen dan Pant, 1989 ; Armstrong, 1993 (dalam Richmond, 2001) menyarankan untuk memasukkan mata kuliah etika bisnis ke dalam kurikulum akan memberikan efek dalam kesadaran etika atau kemampuan pertimbangan etis

pada mahasiswa bisnis. Jauh sebelum penelitian di atas dilakukan, Rest (1986) sudah menyarankan bahwa pendidikan di universitas dapat meningkatkan kemampuan pertimbangan etis.

METODE PENELITIAN

Kami melakukan kajian konseptual dalam penulisan artikel ini. Kami melakukan pengamatan terhadap berbagai fakta riil maupun empiris terkait pendidikan yang ada di Indonesia. Terkait dengan pengamatan tersebut kami menemukan adanya fakta bahwa pendidikan karakter terabaikan di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini berupaya melakukan pengkajian teori-teori yang relevan dengan pendidikan karakter dan melakukan analisa sebagai alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan terkait dengan krisis lingkungan hidup.

Penelitian ini berupaya mengimplementasikan konservasi moral melalui pembelajaran akuntansi berkarakter di seluruh matakuliah pada kurikulum Akuntansi S1, dengan mengambil salah satu contoh yaitu kajian pada kurikulum Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun 2012 dengan total 66 matakuliah. Kami mengamati bahwa Standar Kompetensi yang didesain selama ini hanya melibatkan kecerdasan fisik (PQ) dan kecerdasan intelektual (IQ); sedangkan kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ) masih diabaikan.

Alasankami mengambil objek pembentukan karakter mahasiswa akuntansi S1 karena sebagai calon profesional dalam bidang akuntansi, mahasiswa S1 akuntansi harus paham mengenai etika keprofesionalan serta pembuatan keputusan etis. Sehingga

nantinya ketika mereka terjun ke lapangan baik sebagai akuntan perusahaan maupun akuntan publik, mereka tidak akan mengulangi kesalahan seperti yang dilakukan oleh profesional sebelumnya yang menyebabkan kredibilitas akuntansi menjadi diragukan

Langkah riil yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan desain ulang atas standar kompetensi pada seluruh mata kuliah akuntansi dengan mengoptimalkan keempat aspek kecerdasan yaitu *Physical Quotient* (PQ), *Intellectual Quotient* (IQ), *Emotional Quotient* (EQ) dan *Spiritual Quotient* (SQ) untuk menghasilkan mahasiswa berkarakter positif. Diharapkan dengan terbentuknya karakter positif para mahasiswa akuntansi, maka diharapkan para pelaku akuntansi juga akan memiliki karakter yang baik dalam berbisnis sehingga diharapkan berbagai permasalahan terkait moral dan karakter terutama yang terkait dengan krisis lingkungan hidup akan teratasi dan bisnis dapat dijalankan dengan sehat, taat asas dan beretika.

Berbagai skandal dan pelanggaran etika seharusnya tidak terjadi apabila setiap akuntan mempunyai pengetahuan, pemahaman, dan kemauan untuk menerapkan nilai-nilai etika yang didapat pada waktu menjadi mahasiswa akuntansi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk merevisi kurikulum pendidikan (akuntansi) sehingga dapat meningkatkan sensitivitas mahasiswa akuntansi untuk mengurangi skandal atau pelanggaran etika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut pada Tabel 1. Dengan ini kami

sajikan gambaran umum matakuliah dari kurikulum akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun 2012. Dalam hal ini kami mengamati standar kompetensi dari masing-masing matakuliah dengan asumsi standar kompetensi tersebut akan di breakdown ke dalam silabus maupun Satuan Acara Perkuliahan (SAP). Jika Standar Kompetensi telah menunjukkan adanya pengoptimalan keempat tipe kecerdasan maka secara otomatis di setiap silabus maupun SAP juga akan memfokuskan hal yang serupa.

Tabel 1.
GAMBARAN UMUM MATAKULIAH

Deskripsi	Tipe Kecerdasan	Keterangan
Jumlah Matakuliah		66 Matakuliah
Jumlah SKS		165 SKS
Jumlah Mata Kuliah Wajib		147 SKS
Jumlah Mata Kuliah Pilihan		18 SKS
Jumlah Mata Kuliah	PQ, IQ, EQ, SQ	8 Matakuliah yaitu Pendidikan Agama (Islam, Katholik, Kristen, Hindu, Budha, Konghucu), Ekonomi Syariah dan Akuntansi Syariah.
	PQ, IQ, EQ	10 Matakuliah yaitu Hukum Bisnis, Pendidikan Pancasila, Perilaku Organisasi, Pendidikan Kewarganegaraan, Pendidikan Lingkungan Hidup, Etika Bisnis dan Profesi, Akuntansi Perilaku, Praktik Kerja Lapangan, Kuliah Kerja Nyata, Skripsi.
	PQ, IQ	48 Matakuliah yaitu selain 18 matakuliah tersebut di atas.

Sumber: Kurikulum Akuntansi S1 FE Unnes 2012

Hasil *mapping* yang dilakukan kami sajikan pada Tabel 1. Dari 66 Mata Kuliah Akuntansi S1, standar kompetensi yang selama ini ada menunjukkan bahwa hanya

8 matakuliah yang mendesain mahasiswa untuk memiliki keempat unsur kecerdasan yaitu PQ, IQ, EQ dan SQ; 10 matakuliah hanya meliputi 3 unsur kecerdasan yaitu PQ, IQ dan EQ; sedangkan 48 matakuliah atau sebanyak 73% hanya sampai tataran 2 unsur kecerdasan yaitu PQ dan IQ. Sehingga wajar jika selama ini banyak terjadi krisis lingkungan hidup akibat pengambilan keputusan dari para pelaku akuntansi yang tidak berkarakter karena desain perkuliahannya pun tidak secara komprehensif mengoptimalkan kecerdasan manusia yang utuh dan seimbang.

Kami berupaya melakukan design ulang atas standar kompetensi matakuliah akuntansi yang ada pada kurikulum Akuntansi S1 tahun 2012 untuk membentuk mahasiswa akuntansi S1 yang berkarakter yaitu memiliki keseimbangan kecerdasan fisik (PQ), kecerdasan intelektual (IQ), kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ). Kami melakukan internalisasi 18 nilai-nilai karakter positif menurut Kemendiknas ke dalam semua matakuliah akuntansi.

Target pelaku akuntansi yang diharapkan kelak akan mampu memiliki karakter positif yaitu para akuntan, manajer dan stakeholder. Dalam hal ini akuntan terdiri dari akuntan keuangan, akuntan manajemen, akuntan publik dan akuntan sektor publik. Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 66 matakuliah yang ada kita membagi ke dalam empat kelompok besar yaitu terdapat 35 matakuliah difokuskan pada akuntan, manajer dan stakeholder; 13 matakuliah difokuskan pada akuntan keuangan, akuntan publik dan akuntan sektor publik; 11 mata kuliah difokuskan pada akuntan manajemen dan 7 matakuliah difokuskan pada akuntan publik dan

akuntan sektor publik.

Tabel 2
PELAKU AKUNTANSI SELAKU
OBJEK PENDIDIKAN AKUNTANSI
BERKARAKTER

Hasil Pengelompokan Pelaku Akuntansi
Fokus Akuntan, Manajer & Stakeholder 35 Matakuliah yang terdiri dari: 17 Matakuliah (Umum) 18 Matakuliah (Khusus)
Fokus Akuntan Keuangan, Akuntan Publik & Akuntan Sektor Publik 13 Matakuliah
Fokus Akuntan Manajemen 11 Matakuliah
Fokus Akuntan publik & Akuntan Sektor Publik 7 Matakuliah

Sumber Data: Kurikulum Akuntansi S1 FE Unnes 2012

Matakuliah yang difokuskan pada akuntan, manajer dan stakeholder pada prinsipnya merupakan matakuliah yang penekanan etika dan pengoptimalan kecerdasannya relevan untuk setiap manusia, yang terdiri dari 17 matakuliah dengan pengetahuan umum dan 18 matakuliah dengan pengetahuan khusus (ekonomi). **Pengetahuan umum** meliputi Pendidikan Pancasila, Bahasa Inggris, Pendidikan Agama (Islam, Katholik, Kristen, Hindu, Budha, Konghucu), Metodologi Penelitian, Pendidikan Kewarganegaraan, Pendidikan Lingkungan Hidup, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Statistika, Bahasa Indonesia, Praktik Kerja Lapangan (PKL), Kuliah Kerja Nyata (KKN), dan Skripsi. Sedangkan **pengetahuan khusus** meliputi Pengantar Ekonomi, Pengantar Bisnis, Matematika Ekonomi, Hukum

Bisnis, Perpajakan, Bahasa Inggris Bisnis, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Statistika Ekonomi, Bisnis Internasional, Komunikasi Bisnis, Ekonometrika, Perekonomian Indonesia, Etika Bisnis dan Profesi, Analisis Informasi Keuangan, Ekonomi Syariah, Akuntansi Perilaku, dan Komprehensif.

Matakuliah yang difokuskan pada akuntan keuangan, akuntan publik dan akuntan sektor publik pada prinsipnya merupakan matakuliah yang penekanan etika dan pengoptimalan kecerdasannya relevan dengan para akuntan terkait pelaporan keuangan yang digunakan utamanya untuk pihak eksternal perusahaan baik sektor privat maupun sektor publik. Dalam hal ini akuntan publik dan akuntan sektor publik perlu memahami kelompok matakuliah ini karena terkait dengan siklus akuntansi keuangan yang proses tersebut akan dinilai kewajarannya oleh akuntan publik dan akuntan sektor publik berdasarkan kriteria yang berlaku. Dalam hal ini kriteria yang berlaku adalah Standar Akuntansi Keuangan (SAK) untuk sektor privat atau Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) untuk sektor publik. Matakuliah tersebut yaitu Pengantar Akuntansi, Akuntansi Keuangan Menengah 1 dan 2, Sistem Informasi Akuntansi, Komputer Akuntansi, Akuntansi Keuangan Lanjut, Akuntansi Perpajakan, Akuntansi Sektor Publik, Praktikum Akuntansi Keuangan, Teori Akuntansi, Akuntansi Syariah, Akuntansi Pemerintahan, Seminar Akuntansi.

Matakuliah yang difokuskan pada akuntan manajemen pada prinsipnya merupakan matakuliah yang penekanan etika dan pengoptimalan kecerdasannya

relevan dengan para akuntan terkait pelaporan keuangan untuk kepentingan internal perusahaan. Dalam hal ini akuntan manajemen harus menguasai matakuliah dalam rumpun ini sebagai bahan pertimbangan bagi manajer dalam pengambilan keputusan. Mata kuliah tersebut yaitu Pengantar Manajemen, Kewirausahaan, Perilaku Organisasi, Manajemen Pemasaran, Akuntansi Biaya, Sistem Informasi Manajemen, Manajemen Keuangan, Akuntansi Manajemen, Manajemen Strategik, Sistem Pengendalian Manajemen, dan Penganggaran.

Matakuliah yang difokuskan pada akuntan publik dan akuntan sektor publik pada prinsipnya merupakan matakuliah yang penekanan etika dan pengoptimalan kecerdasannya relevan dengan para akuntan terkait dengan proses audit yaitu penilaian kewajaran laporan keuangan berdasarkan kriteria yang berlaku.

Dalam hal ini tidak semua matakuliah mampu secara langsung dioptimalkan dengan desain mencapai kecerdasan tertinggi yaitu kecerdasan spiritual. Namun semua matakuliah didesain minimal hingga mencapai kecerdasan emosional yaitu dengan memasukkan upaya kepatuhan terhadap kode etik maupun etika bisnis dan profesi terkait. Asumsinya dengan mentaati etika profesi dan bisnis maka pelaku bisnis akan berada pada koridor etika yang mengatur hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain, bahkan tidak sedikit pula kode etik yang mengatur hubungan antara manusia dengan alam dan manusia dengan Sang Pencipta. Dalam hal ini sesuatu dikatakan etis jika memperhatikan secara adil para pemangku kepentingan

perusahaan (stakeholder), tidak hanya berfokus pada pemangku kepentingan tertentu saja.

Tabel 3
DESIGN ULANG STANDAR
KOMPETENSI

No	Nama Mata Kuliah	Pendidikan Akuntansi Berkarakter
1	Pengantar Ekonomi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder diharapkan mampu mengkaji masalah ekonomi makro dan mikro serta menganalisis mekanisme pasar, kinerja perekonomian dan kebijakan ekonomi untuk kepentingan perusahaan dan para stakeholder.
2	Pengantar Bisnis	Akuntan, Manajer dan Stakeholder diharapkan mampu melakukan bisnis yang sehat; memiliki <i>sense of business</i> yang baik; dan mampu memahami semua <i>facet</i> penting bisnis dengan tidak melanggar etika bisnis dan profesi.
3	Pengantar Manajemen	Akuntan manajemen diharapkan mampu melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan stakeholder.
4	Pengantar Akuntansi	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik diharapkan mampu mematuhi dan melaksanakan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dalam menyajikan laporan keuangan, mematuhi etika profesi dan tidak melakukan hal-hal yang merugikan stakeholder maupun pemilik.
5	Matematika Ekonomi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder diharapkan mampu memanfaatkan peranan matematika sebagai alat bantu pemecahan berbagai persoalan dalam bidang akuntansi baik yang terjadi di organisasi sektor <i>private</i> atau organisasi sektor publik untuk kepentingan perusahaan dan stakeholder.

No	Nama Mata Kuliah	Pendidikan Akuntansi Berkarakter
7	Perpajakan	Akuntan, Manajer dan Stakeholder diharapkan mampu mematuhi ketentuan umum dan tata cara perpajakan yang berlaku di Indonesia serta mampu melakukan penghitungan, pelaporan, serta mengimplementasikan akuntansi pajak dengan benar sehingga tidak merugikan negara.
8	Pendidikan Pancasila	Akuntan, Manajer dan Stakeholder diharapkan mampu menerapkan nilai-nilai Pancasila untuk mengatasi berbagai permasalahan terkait dengan Suku, Agama, Ras dan Antar golongan (SARA), Hak Asasi Manusia (HAM) dan berbagai krisis ekonomi yang aktual dewasa ini.
9	Bahasa Inggris	Akuntan, Manajer dan Stakeholder diharapkan mampu menggunakan bahasa asing (Bahasa Inggris) dengan baik dan benar dalam melakukan komunikasi.

10	Pendidikan Agama Islam	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> mengamalkan ayat-ayat Al-Quran dan memahami tugasnya sebagai khalifah di bumi.
11	Pendidikan Agama Katholik	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> meneladani nilai-nilai keteladanan Yesus Kristus sebagai landasan pengembangan diri.
12	Pendidikan Agama Kristen	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> mewujudkan nilai-nilai kristiani dalam usaha pengembangan ilmu untuk terwujudnya kasih, memperjuangkan keadilan dan hadirnya kebenaran dalam seluruh aspek kehidupan manusia.
13	Pendidikan Agama Hindu	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> mewujudkan nilai-nilai Moksartham Jagathita dalam kehidupannya dan meningkatkan kualitas Sradha dan Bhakti melalui pemberian, pemupukan, penghayatan dan pengamalan ajaran agama.
14	Pendidikan Agama Budha	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> menghayati serta mengamalkan sila Ketuhanan YME, Dharma dan Kebaktian untuk mempertebal iman (Suddha) dan menjaga kelangsungan hidup agama.
15	Pendidikan Agama Konghucu	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> mementingkan akhlak mulia dengan menjaga hubungan antara manusia di langit dengan manusia di bumi dengan baik.
16	Bahasa Inggris Bisnis	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> menggunakan bahasa asing (Bahasa Inggris) dengan baik dan benar dalam melakukan komunikasi khususnya komunikasi bisnis.
17	Kewirausahaan	Akuntan manajemen <u>diharapkan mampu</u> menginternalisasi nilai dan sikap yang terkandung dalam <i>entrepreneurship</i> , seperti etos kerja, motif berprestasi, kemandirian, kreativitas, ketrampilan, pengambilan keputusan dan sebagainya tanpa merugikan pihak stakeholder.
18	Akuntansi Keuangan Menengah I	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi dan melaksanakan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dalam menyajikan laporan keuangan, mematuhi etika profesi dan tidak melakukan hal-hal yang merugikan stakeholder maupun pemilik.
19	Ekonomi Mikro	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> menerapkan perilaku ekonomi yang baik untuk kepentingan dirinya, perusahaan maupun para stakeholder.
20	Ekonomi Makro	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> menganalisis kebijakan ekonomi fiskal dan moneter untuk kepentingan perusahaan dan para stakeholder.
22	Manajemen Pemasaran	Akuntan manajemen <u>diharapkan mampu</u> menganalisis kegiatan pemasaran; mengidentifikasi peluang pemasaran; merancang bauran pemasaran serta mengendalikan kegiatan pemasaran untuk kepentingan perusahaan tanpa merugikan pihak stakeholder.
23	Pendidikan Kewarganegaraan	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memiliki wawasan dan kesadaran bernegara serta membentuk sikap dan perilaku cinta tanah air yang bersendikan kebudayaan bangsa (konservasi moral).
24	Pendidikan Lingkungan Hidup	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memiliki sikap apresiatif terhadap pengelolaan lingkungan hidup; memiliki kesadaran dan kepedulian tentang ketertiban, kebersihan dan keindahan untuk menuju suatu kondisi yang aman, nyaman dan bersih di lingkungan tempat usahanya.
25	Teknologi Informasi dan Komunikasi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> menghargai Hak Atas Kekayaan Intelektual dan tidak mengabaikan Etika Teknologi Informasi dan Komunikasi.
26	Statistika	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memanfaatkan peranan statistic sebagai alat bantu pemecahan berbagai persoalan dalam bidang akuntansi baik yang terjadi di organisasi sektor <i>private</i> atau organisasi sektor publik untuk kepentingan perusahaan dan para stakeholder.
27	Statistika Ekonomi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memanfaatkan peranan statistik ekonomi sebagai alat bantu pemecahan berbagai persoalan dalam bidang akuntansi baik yang terjadi di organisasi sektor <i>private</i> atau organisasi sektor publik untuk kepentingan perusahaan dan para stakeholder.
28	Akuntansi Keuangan Menengah II	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi dan melaksanakan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dalam menyajikan laporan keuangan, mematuhi etika profesi dan tidak melakukan hal-hal yang merugikan stakeholder maupun pemilik.
29	Akuntansi Biaya	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> menciptakan ekonomisasi, efisiensi dan efektifitas produksi tanpa harus merugikan para stakeholder.
30	Sistem Informasi Akuntansi	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mengembangkan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dan menciptakan Sistem Pengendalian Internal (SPI) yang baik sehingga informasi yang tersajikan merupakan informasi yang benar, tepat dan akurat serta bermanfaat bagi para stakeholder.
31	Bisnis Internasional	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> melaksanakan bisnis internasional yang baik dan sesuai etika bisnis,, menghadapi tantangan dengan mengoptimalkan peluang alternative strategi yang tersedia untuk pengambilan keputusan yang terbaik untuk kepentingan <u>manajer dan stakeholder</u>

No	Nama Mata Kuliah	Pendidikan Akuntansi Berkarakter
21	Perilaku Organisasi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> mengimplementasikan wawasan, pengetahuan dan ketrampilan yang dimilikinya dalam mendeskripsikan, menganalisis dan memprediksi perilaku manusia di dalam organisasi agar dapat berlaku adil bagi seluruh personil organisasi.

32	Komputer Akuntansi	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> memahami Sistem Informasi Akuntansi sebagai penyedia informasi untuk pengambilan keputusan dan pemecahan solusi akuntansi bagi kepentingan manajemen dan para stakeholder
----	--------------------	--

No	Nama Mata Kuliah	Pendidikan Akuntansi Berkarakter
33	Komunikasi Bisnis	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> berkomunikasi lisan maupun tulisan yang baik dalam aktivitas bisnis
34	Bahasa Indonesia	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam melakukan komunikasi
35	Ekonometrika	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> melakukan analisis kuantitatif dari gejala dan teori ekonomi yang dirumuskan secara matematis untuk pemecahan solusi akuntansi yang dihadapi perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan para stakeholder
36	Perekonomian Indonesia	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> melakukan analisis terkait dengan tahap dan permasalahan pada pembangunan ekonomi di Indonesia untuk pemecahan solusi akuntansi yang dihadapi perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan para stakeholder
37	Akuntansi Keuangan Lanjut	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi dan melaksanakan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dalam menyajikan laporan keuangan, mematuhi etika profesi dan tidak melakukan hal-hal yang merugikan stakeholder maupun pemilik
38	Pengauditan I	Akuntan publik dan Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi dan melaksanakan standar audit dalam Standar Profesi Akuntan Publik (SPAP) yang terdiri dari standar umum, standar pekerjaan lapangan dan standar pelaporan dengan baik serta mematuhi kode etik profesi akuntan karena opini yang dihasilkan terkait dengan kepentingan para stakeholder
39	Sistem Informasi Manajemen	Akuntan manajemen <u>diharapkan mampu</u> mengembangkan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan menciptakan Sistem Pengendalian Internal (SPI) yang baik sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan benar, tepat dan akurat serta bermanfaat bagi perusahaan dan para stakeholder
40	Akuntansi Perpajakan	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi ketentuan umum dan tata cara perpajakan yang berlaku di Indonesia serta mampu melakukan penghitungan, pelaporan, serta mengimplementasikan akuntansi pajak dengan benar sehingga tidak merugikan negara
41	Manajemen Keuangan	Akuntan manajemen <u>diharapkan mampu</u> mengoptimalkan perannya dalam melakukan manajemen investasi, manajemen pendanaan (modal kerja) serta manajemen dividen sehingga mampu menghasilkan pembuatan keputusan yang benar, tepat dan akurat tanpa merugikan para stakeholder

42	Etika Bisnis dan Profesi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memiliki kesadaran akan pentingnya suatu tatanan nilai yang perlu dimiliki para profesional (khususnya akuntan) dalam mempertahankan citra serta kepercayaan para pemakai jasa profesi
43	Akuntansi Sektor Publik	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi dan melaksanakan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) dalam menyajikan laporan keuangan dan tidak melakukan hal-hal yang merugikan stakeholder maupun masyarakat
44	Analisis Informasi Keuangan	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan secara mudah, tepat dan akurat untuk kepentingan perusahaan dan para stakeholder

No	Nama Mata Kuliah	
45	Pengauditan II	
46	Praktikum Akuntansi Keuangan	
47	Audit Internal	
48	Akuntansi Manajemen	
49	Ekonomi Syariah	
50	Manajemen Strategik	
51	Metodologi Penelitian	
52	Teori Akuntansi	
53	Akuntansi Syariah	
54	Akuntansi Pemerintahan	
55	Praktikum Pengauditan	
No	Nama Mata Kuliah	Pendidikan Akuntansi Berkarakter
56	Seminar Akuntansi	Akuntan keuangan, Akuntan publik & Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> memotret isu-isu kontemporer terutama tentang fenomena gap maupun riset gap yang terjadi dalam ranah akuntansi, sekaligus mampu menganalisis kecenderungan perilaku manusia dan perkembangan teknologi.
57	Sistem Pengendalian Manajemen	Akuntan manajemen <u>diharapkan mampu</u> mendesign, mengimplementasikan dan menggunakan sistem pengendalian secara strategis untuk mencapai tujuan perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan para stakeholder.
58	Penganggaran	Akuntan manajemen <u>diharapkan mampu</u> melakukan proses pembuatan anggaran yang baik bagi perusahaan manufaktur maupun non manufaktur secara terpadu dan adil dengan mematuhi peraturan yang berlaku.

59	A k u n t a n s i Perilaku	Proses psikologis dan sosial para pelaku akuntansi baik Akuntan, Manajer dan stakeholder <u>diharapkan mampu</u> tercipta dengan baik dan harmonis.
60	A u d i t P e n g o l a h a n Data Elektronik	Akuntan publik dan Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> memiliki pengetahuan teknis yang baik tentang sistem auditnya terutama bagi klien menggunakan sistem Elektronik Data Processing (EDP) yang rumit tanpa mengabaikan kepentingan stakeholder.
61	Audit Sektor Publik	Akuntan publik dan Akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> mematuhi dan melaksanakan standar audit dalam Standar Pemeriksaan Keuangan Negara (SPKN) serta mematuhi kode etik profesi akuntan karena opini yang dihasilkan terkait dengan kepentingan para stakeholder.
62	A k u n t a n s i F o r e n s i k & Audit Investigasi	Akuntan publik dan akuntan sektor publik <u>diharapkan mampu</u> bersikap objektif dan independen dalam mengungkap temuan karena opini yang dihasilkan terkait dengan kepentingan para stakeholder.
63	Praktik Kerja Lapangan	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> : - Memiliki kualitas diri yang baik (berkarakter) yang ditunjukkan dengan kemampuannya dalam peduli, sadar akan kehidupan berkomunitas, mau bekerjasama serta mampu menjaga hubungan dengan lingkungan kerja. - Berkontribusi bagi masyarakat dengan cara mengimplementasikan teori yang dimiliki untuk memberikan solusi atas permasalahan yang ada di dunia kerja.
64	Kuliah Kerja Nyata	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> : - Memiliki kualitas diri yang baik (berkarakter) yang ditunjukkan dengan kemampuannya dalam peduli, sadar akan kehidupan berkomunitas, mau bekerjasama serta mampu menjaga hubungan dengan lingkungan kerja. - Berkontribusi bagi masyarakat dengan cara mengimplementasikan teori yang dimiliki untuk memberikan solusi atas permasalahan yang ada di dunia kerja.
65	Komprehensif	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> memiliki pengetahuan komprehensif terkait dengan akuntansi sehingga dapat berkontribusi bagi masyarakat dengan cara mengimplementasikan teori yang dimiliki untuk memberikan solusi permasalahan yang dihadapi masyarakat.
66	Skripsi	Akuntan, Manajer dan Stakeholder <u>diharapkan mampu</u> berlaku jujur dan bertanggungjawab dalam melakukan riset dan tidak melakukan plagiasi.

Sumber Data: Hasil Analisis Data 2012

Dengan melakukan implementasi

konservasi moral melalui pendidikan akuntansi berkarakter melalui desain ulang atas standar kompetensi pada keseluruhan matakuliah pada kurikulum S1 Akuntansi maka diharapkan dapat mengoptimalkan keempat aspek kecerdasan yaitu *Physical Quotient* (PQ), *Intellectual Quotient* (IQ), *Emotional Quotient* (EQ) dan *Spiritual Quotient* (SQ) untuk menghasilkan mahasiswa akuntansi berkarakter positif. Dengan terbentuknya karakter positif para mahasiswa akuntansi, maka diharapkan para pelaku akuntansi juga akan memiliki karakter yang baik dalam berbisnis sehingga diharapkan berbagai permasalahan terkait moral dan karakter terutama yang terkait dengan krisis lingkungan hidup akan teratasi dan bisnis dapat dijalankan dengan sehat, taat asas dan beretika. Dengan mengoptimalkan peran etika bisnis dan profesi melalui implementasi konservasi moral maka diharapkan dapat mewujudkan *Greening Business Management*.

PENUTUP / SIMPULAN

Perusahaan yang mendapatkan pencerahan etika dan mengimplementasikan etika dalam kegiatannya akan menyadari bahwa integritas dan kepercayaan merupakan elemen yang penting untuk mempertahankan hubungan bisnis yang sukses. Perusahaan yang etis dalam kegiatan bisnisnya selain dihargai masyarakat secara umum juga akan mempererat jaringan kerja, semakin mendapatkan simpatikan dari karyawan, pelanggan, pemasok maupun mitranya. Meskipun perusahaan merasa telah melakukan sesuatu yang benar secara etika, tidaklah secara ekonomis selalu menguntungkan dalam jangka pendek, namun disisi lain dapat menumbuhkan keyakinan bahwa uang atau laba bukanlah

segalanya dan pada akhirnya akan memberikan manfaat jangka panjang pada perusahaan. Manfaat jangka panjang dapat diartikan bersifat strategis bagi perusahaan. *Green Business Management* dapat menjadi pertimbangan sebagai salah satu program inovasi lingkungan yang selain bersifat strategis juga etis. Pada dasarnya strategi yang baik adalah strategi yang tentunya juga baik secara etika. (*Good Strategies are firmly grounded in good ethics*).

Dengan melakukan *Greening Business Management* diharapkan perusahaan dapat menuju pada *sustainability* (strategis), *social responsibility* (etis dan strategis) dan sekaligus *environmental sensitivity* (etis). Perusahaan yang lestari seutuhnya itulah yang menjadi harapan. Untuk mewujudkan *Greening Business Management* maka diperlukan pengoptimalan peran etika bisnis dan profesi para pelaku akuntansi. Dalam hal ini akuntansi dianggap sebagai bahasa bisnis.

Untuk mengoptimalkan peran etika bisnis dan profesi para pelaku akuntansi dapat ditempuh melalui pendidikan akuntansi berkarakter dengan mengimplementasikan konservasi moral. Pendidik (dosen) dapat mengoptimalkan perannya dalam mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai dan mengevaluasi peserta didik terutama terkait dengan pembelajaran akuntansi berkarakter dalam semua matakuliah pada kurikulum akuntansi khususnya dengan mendesain ulang standar kompetensi mahasiswa akuntansi dengan tujuan kelak dapat terbentuk karakter yang positif bagi para pelaku akuntansi yaitu Akuntan meliputi Akuntan Keuangan, Akuntan Manajemen, Akuntan Publik dan

Akuntan Sektor Publik; Manajer, dan para Stakeholder.

Pendidikan karakter bertujuan untuk menghadapi tantangan di era globalisasi mendatang terutama terkait krisis lingkungan hidup. Selain itu, pendidikan karakter juga bertujuan melahirkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mempunyai karakter dalam hal ini adalah melahirkan para akuntan yang memiliki kecerdasan yang utuh dan seimbang, meliputi *Physical Quotient (PQ)*, *Intellectual Quotient (IQ)*, *Emosional Quotient (EQ)* dan *Spiritual Quotient (SQ)* sehingga terwujud para akuntan yang berkarakter positif yang mampu menyelesaikan segala persoalan yang berhubungan dengan ilmu akuntansi.

Berdasar mapping yang telah dilakukan diatas, keberhasilan pendidikan karakter khususnya pembelajaran akuntansi berkarakter diharapkan akan memberikan dukungan pada *stewardship theory* dan akan meminimalisir konflik keagenan menurut *agency theory*.

Daftar Pustaka

- Amstrong, M. 1993. " Etics and Professionalism in Accounting Education: A Sample Course ". Journal of Accounting Education. 11. pp 77- 92
- Buchori Mochtar. 2007. Evolusi Pendidikan di Indonesia, Dari Kweekschool Sampai ke IKIP. 1852-1998. Insist Press.
- Chua. F.C., M.H.B Perera and M.R. Mathews. 1994. "Integration of Ethic into Tertiary accounting Programmes in New Zealand and Australia".

- Cohen, JR., L.W. Part and D.J. Sharp. 1996. "Measuring the Ethical awareness and Ethical Orientation of Canadian Auditor". *Research in Accounting*. Vol 7,
- Daft, Richard L., 2007, *Management*, (terjemahan), Salemba Empat, Jakarta
- Darsinah. 2005. "Perbedaan Sensitivitas Etis Ditinjau dari Disiplin Ilmu dan Gender". Tesis, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Ikatan Akuntan Indonesia, 1998. Kode Etik Akuntan Indonesia. Prosiding Kongres VIII Ikatan Akuntan Indonesia. Lampiran 2.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 1998. Standar Profesi Akuntan Publik. Bagian Penerbitan STIE YKPN. Yogyakarta.
- Ludigdo, U (2007) *Paradoks Etika Akuntan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Jakarta.
- Metta, Suliani. 2010. Pengaruh Pertimbangan Etis, Perilaku Machiavelian, dan Gender Dalam Pembuatan Keputusan Etis Mahasiswa S1 Akuntansi.
- Muthmainah, Siti. 2006. "Studi Tentang Perbedaan Evaluasi Etis, Intensi Etis, dan Orientasi Etis Dilihat dari Gender dan Disiplin Ilmu: Potensi Rekrutment Staf Profesional pada Kantor Akuntan Publik". *Symposium Nasional Akuntansi IX*, Padang
- Nugrahingsih, Putri. "Analisis Perbedaan Perilaku Etis Auditor di KAP dalam Etika Profesi (Studi terhadap Peran Faktor-Faktor Individual : Locus of Control, Lama Pengalaman Kerja, Gender, dan Equity Sensitivity)". *Symposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo
- Ponemon, L. (1993). Can Ethics be Taught in Accounting?. *Journal of Accounting Education*, 11, 185-210.
- Ponemon, Lawrence A. 1992. "Ethical Reasoning and Selection-Socialization in Accounting". *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 17, No.3/4, pp.239-258 Pustakaonline. 2008.
- Rest, J. (1986). *Moral Development in Judging Moral Issues*, Minneapolis, MN: University of Minneapolis Press.
- Richmond, Kelly Ann. 2001. "Ethical Reasoning, Machiavellian Behaviour, and Gender. The Impact on Accounting Students" *Ethical Decision Making*". www.google.com
- Triuwono Iwan. 2002. *Strategi Pendidikan Etika Bisnis dan Profesi Pada Pendidikan Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya

Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Melvina

MI Mitha Dwi Restuti

Alumni Universitas Pelita Harapan Karawaci

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

mitha.restuti@staff.uksw.edu

Abstract

Good corporate governance enable company to increase their performance through effective and efficient operation. The purpose of this research were investigate the effect of good corporate governance to company performance. Sample of this research is 66 listed company and had Corporate Governance Perception Index (CGPI). Company performance measured by ROE and Tobin's Q. Multiple regression used to test the hypotheses. The result were good corporate governance had no effect on ROE and Tobin's Q. This result indicate that good corporate governance did not have effect on short term and the effect can be seen in the long term.

Keywords: *good corporate governance, company performance*

PENDAHULUAN

Kinerja perusahaan secara maksimal merupakan hal utama dalam mencapai target perusahaan dan dapat meningkatkan *return* bagi pemegang saham. Pemegang saham mengharapkan tingkat *return* yang besar pada setiap investasinya. Salah satu cara agar dapat mencapai hal tersebut, diperlukan penerapan *good corporate governance* (GCG) yang efektif dalam jangka panjang pada perusahaan sehingga dapat membantu mengendalikan operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan pemegang saham. Konflik kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer menunjukkan ciri-ciri lemahnya *corporate governance* di dalam perusahaan. Penerapan *corporate governance* yang baik memungkinkan perusahaan agar dapat

beroperasi lebih efektif dan meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut.

GCG memiliki beberapa prinsip, yaitu keterbukaan, kewajaran, akuntabilitas, dan pertanggung jawaban yang tidaklah mudah untuk diterapkan oleh para pemegang saham dan manajemen perusahaan. Komitmen untuk penerapan GCG selama ini dipandang sebagai sesuatu hal yang sifatnya *mandatory* dan sering diabaikan. Hal tersebut bukan hanya menyebabkan kinerja perusahaan memburuk, namun juga menyebabkan lemahnya perekonomian nasional. Oleh sebab itu, penerapan GCG secara efektif dan efisien memungkinkan perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih maksimal. Penerapan GCG mendorong pihak perusahaan dan

pemerintah agar berjalan sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku. Selain itu, juga dapat membangun kepercayaan dari para investor, memperkuat kepercayaan lembaga keuangan nasional, dan juga dapat menjadi alat kontrol agar tidak terjadi *fraud* di dalam perusahaan karena segala aktivitas perusahaan telah memiliki tata kelola yang baik.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Gompers, Ishii dan Metrick (2003), Hastuti (2005), Hidayah (2008), menemukan adanya hubungan positif antara penerapan GCG dengan kinerja perusahaan pada jangka panjang yang diukur dengan Tobin's Q dan ROE. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Darmawati, Khomsiyah dan Rahayu (2005) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara indeks *corporate governance* dengan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang bertentangan dimana penerapan GCG tidak memiliki hubungan dengan kinerja perusahaan, misalnya penelitian yang telah dilakukan oleh Young (2003).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Secara teoritis praktik *good corporate governance* dapat meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh dewan dengan keputusan yang menguntungkan sendiri, umumnya *good corporate governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya yang akan berdampak terhadap kinerjanya (Wardani, 2008).

Penerapan *good corporate governance* secara maksimal berfokus pada proses *risk management* dan *internal control* yang sifatnya efektif akan meningkatkan kinerja dan daya saing serta kreatifitas nilai perusahaan yang pada nantinya dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Darmawati et. al (2005) melakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, dan telah mengikuti pemeringkatan *index corporate governance*. Hasil penelitiannya adalah *corporate governance* secara statistik signifikan mempengaruhi *return on equity* (ROE) sedangkan tidak ada satupun variabel kontrol yang secara statistik signifikan mempengaruhi ROE, dapat disimpulkan bahwa *corporate governance* mempengaruhi kinerja operasi perusahaan. Hasil analisis model regresi dengan Tobin's Q menunjukkan bahwa baik variabel *corporate governance* mempengaruhi kinerja pasar perusahaan secara statistik tidak didukung. Hal ini dapat terjadi dikarenakan respon pasar terhadap implementasi *corporate governance* tidak bisa secara langsung (*immediate*) akan tetapi membutuhkan waktu jangka panjang.

Pranata (2007) melakukan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, dan menerapkan *good corporate governance*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan GCG terhadap ROE, Tobin's Q dan *net profit margin* (NPM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan GCG berpengaruh positif terhadap *return on equity* (ROE), Tobin's Q

dan *net profit margin* (NPM) dan perubahan yang terjadi pada skor penerapan GCG disebabkan oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam model regresi.

Hidayah (2007) melakukan penelitian mengenai GCG, pengungkapan informasi dan kinerja perusahaan pada perusahaan-perusahaan publik di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh penerapan *corporate governance* terhadap kinerja perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui adanya pengungkapan informasi. Penelitian ini memasukkan pengungkapan informasi sebagai variabel intervening yang memediasi pengaruh penerapan *corporate governance* terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penerapan *corporate governance* tidak mempengaruhi kinerja perusahaan secara langsung.

Paradita (2009) melakukan penelitian GCG terhadap perusahaan yang termasuk kelompok sepuluh besar menurut *Corporate Governance Perception Index* (CGPI). Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh penerapan GCG terhadap kinerja keuangan perusahaan. Variabel indeks GCG digunakan sebagai indikator GCG sedangkan *Return on Investment* (ROI), *Return on Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) digunakan sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian diperoleh bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara parsial karena ROI, ROE dan NPM tidak dapat dijelaskan oleh penerapan GCG dalam perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pemaksimalan kinerja perusahaan didukung oleh beberapa faktor baik secara internal maupun eksternal. Salah satu faktor pendukung agar dapat memaksimalkan kinerja perusahaan adalah penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance* didalam operasional perusahaan sehari-hari. Sunarto dalam Wardani (2008) menyatakan apabila *good corporate governance* tercapai maka kinerja saham perusahaan tersebut akan semakin meningkat. Penerapan *good corporate governance* membawa manfaat besar bagi perusahaan.

Good corporate governance merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Apabila implementasi *good corporate governance* dapat berjalan dengan efektif dan efisien maka seluruh proses aktivitas perusahaan akan berjalan dengan baik, sehingga hal-hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan baik yang sifatnya kinerja finansial maupun kinerja non finansial akan juga turut membaik (Brown dan Caylor dalam Pranata, 2007).

Perusahaan yang menerapkan GCG juga dapat menghindari resiko yang timbul akibat dari krisis ekonomi, membantu mengurangi biaya modal, dan membantu meningkatkan harga saham perusahaan.

Johnson et al. dalam Darmawati et al. (2005) mengemukakan bahwa krisis ekonomi dapat terjadi karena beberapa faktor, yaitu pengelolaan perusahaan yang kurang transparan sehingga menyebabkan kontrol publik menjadi sangat lemah; perlindungan bagi pemegang saham minoritas yang masih sangat lemah sehingga menyebabkan hilangnya kepercayaan para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Penerapan GCG yang buruk dapat menyebabkan krisis kepercayaan bagi para investor dan dapat berdampak negatif bagi harga saham dan nilai tukar mata uang negara yang bersangkutan pada masa krisis ekonomi. Beberapa penelitian terdahulu telah memberikan bukti bahwa penerapan GCG dalam perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut. Brown dan Caylor dalam Pranata (2007) melakukan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan yang listing di *New York Stock Exchange* dan menerapkan *good corporate governance*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (yang diukur dengan *ROE*, *Net Profit Margin*, *Sales Growth*, dan *Tobins Q*).

Klapper dan Love (2002) menemukan adanya hubungan positif antara *corporate governance* dengan kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan data dari laporan *Credit Lyonnais Securities Asia (CLSA)* yang berupa pemeringkatan penerapan *corporate governance* untuk 495 perusahaan di 25 negara. Tobins'Q digunakan sebagai ukuran penilaian pasar dan *Return On Assets (ROA)* sebagai ukuran kinerja operasional perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

perusahaan yang menerapkan *corporate governance* yang baik akan memperoleh manfaat yang lebih besar di negara maju. Hal tersebut menegaskan bahwa penerapan GCG pada negara-negara berkembang akan memperoleh manfaat yang lebih besar.

Penelitian yang dilakukan Wardani (2008) menguji apakah *corporate governance* mempengaruhi kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dan mengikuti survei yang dilakukan oleh IICG tahun 2001-2005 dan termasuk dalam pemeringkatan CGPI (*Corporate Governance Perception Indeks*). *Corporate governance* diukur dengan indeks GCG dan kinerja perusahaan diukur dengan nilai *Return on Equity (ROE)* dan *Tobin's Q*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate governance* tidak berpengaruh secara positif terhadap *return on equity (ROE)* sebagai kinerja operasional perusahaan. Tetapi *corporate governance* berpengaruh secara positif terhadap *return on equity (ROE)* sebagai kinerja operasional perusahaan.

Darmawati et al. (2005) melakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia, dan telah mengikuti pemeringkatan *index corporate governance* tahun 2001 dan tahun 2002. Penelitian ini menggunakan dua model regresi. Model regresi pertama menggunakan ROE sebagai ukuran kinerja operasional. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa hanya variabel *corporate governance* secara statistik signifikan mempengaruhi ROE. Model regresi kedua menggunakan Tobin's Q sebagai ukuran kinerja pasar. Hasil pengujian regresi kedua menunjukkan

bahwa baik variabel *corporate governance* maupun variabel kontrol secara statistik tidak mempengaruhi kinerja pasar perusahaan.

Perusahaan yang telah menerapkan *corporate governance* secara baik akan memiliki kinerja operasional yang baik dan akan diikuti oleh kinerja pasar yang tampak pada nilai saham perusahaan sehingga dapat diprediksi bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip *good corporate governance* yang lebih baik akan cenderung mempunyai kinerja perusahaan yang lebih baik juga (Wardani, 2008).

Berdasarkan permasalahan penelitian serta tinjauan terhadap penelitian terdahulu, maka hipotesis dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : Penerapan *good corporate governance* berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan.

H_2 : Penerapan *good corporate governance* berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan.

METODE PENELITIAN

Sample

Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Berikut adalah kriteria untuk pemilihan sampel :

- 1) perusahaan *go public* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2005 - 2010.
- 2) perusahaan yang telah mengikuti pemeringkatan penilaian *corporate governance perception index* (CGPI) pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2009.

- 3) menerbitkan laporan keuangan lengkap mulai dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2010 dalam satuan mata uang rupiah.

Hasil akhir sampel penelitian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah perusahaan
Perusahaan yang mengikuti pemeringkatan CGPI pada tahun 2005-2009	116
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan atau tidak terdaftar di BEI atau data tidak lengkap	(48)
Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang asing	(2)
Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian	66

Pengukuran Variabel

Corporate governance merupakan variabel independen di dalam penelitian ini yang diukur menggunakan *corporate governance perception index* (CGPI). CGPI adalah hasil pemeringkatan penerapan *corporate governance* yang diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh IICG (2005-2009). Indeks *corporate governance* digunakan karena faktor keterbatasan data mengenai penelitian penerapan *corporate governance* di perusahaan-perusahaan di Indonesia. Indeks tersebut merupakan satu-satunya indeks yang dipublikasikan dari hasil penelitian pada perusahaan di Indonesia (Khomsiyah, 2003). CGPI menggunakan skala interval 1 – 100, jika perusahaan memiliki skor mendekati atau mencapai nilai 100 maka perusahaan tersebut semakin baik dalam menerapkan *corporate governance* (Pranata, 2007).

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan. Kinerja operasional perusahaan diukur menggunakan *return on equity* (ROE) dan kinerja pasar diukur menggunakan Tobin's Q (Klapper dan Love, 2002; Pranata, 2007). *Return on equity* adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan modalnya untuk memperoleh laba. (Pranata, 2007). ROE digunakan sebagai ukuran kinerja operasional karena rasio ini dapat melihat langsung profitabilitas perusahaan dan timbal balik terhadap pemegang saham. Formula penghitungan ROE adalah sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$$

Tobin's Q adalah perbandingan antara nilai pasar perusahaan dengan nilai buku total aktiva. Tobin's Q yang akan digunakan telah disesuaikan dengan kondisi transaksi keuangan perusahaan – perusahaan di Indonesia. Formula yang digunakan untuk mengukur Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVE} + \text{DEBT})}{\text{Total Asset}}$$

Keterangan :

MVE : harga penutupan saham di akhir tahun buku x banyaknya saham biasa yang beredar.

DEBT : (hutang lancar – harta lancar) + nilai buku persediaan + hutang jangka panjang

Dalam penelitian ini terdapat variabel kontrol yang secara teori menentukan penerapan *corporate governance* maupun

kinerja pada perusahaan, variabel kontrol tersebut adalah :

a) Komposisi aktiva perusahaan

Perusahaan yang memiliki aktiva tak berwujud dan aktiva lancar yang besar cenderung untuk menerapkan *corporate governance* yang lebih ketat. Hal ini dikarenakan aktiva lancar dan aktiva tak berwujud lebih mudah diselewengkan dibandingkan dengan aktiva tetap berwujud. Dengan demikian, korelasi antara proporsi aktiva tetap dengan *corporate governance* akan negatif. Hubungan tersebut penting untuk diperhatikan pada saat mengestimasi hubungan antara *corporate governance* dengan kinerja, karena besarnya proporsi aktiva tidak berwujud dan aktiva tetap bisa menyebabkan tingginya nilai Tobin's Q (nilai pasar aktiva tidak berwujud biasanya lebih tinggi dari nilai bukunya) karena berada pada posisi pembilang. Komposisi aktiva diukur dengan menggunakan rasio antara aktiva tetap terhadap total penjualan (Klapper dan Love, 2002).

$$\text{Komposisi Aktiva} = \frac{\text{Fixed Asset}}{\text{Sales}}$$

b) Kesempatan pertumbuhan

Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi umumnya membutuhkan dana eksternal untuk melakukan ekspansi, sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan perbaikan dalam penerapan *corporate governance* dalam rangka untuk menurunkan biaya modal (Klapper dan Love, 2002). Perusahaan yang memiliki kemampuan tumbuh atau berinvestasi akan lebih *profitable* yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja yang baik pada perusahaan. Penelitian ini memasukkan

variabel kesempatan pertumbuhan sebagai variabel kontrol yang dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Growth = \frac{(Total\ Asset - Total\ Ekuitas) + (Jumlah\ saham\ yang\ beredar \times harga\ penutupan\ saham)}{Total\ Asset}$$

Pengujian

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, oleh karena itu pengujian hipotesis terdiri dari dua model regresi untuk variable dependen dalam penelitian ini. Model pertama menggunakan *return on equity* (ROE) sebagai ukuran kinerja operasional perusahaan, dan model regresi kedua menggunakan Tobin's Q sebagai ukuran kinerja pasar. Persamaan regresi dapat dilihat sebagai berikut:

$$ROE = \alpha + \beta_1 GCG + \beta_2 ASSET + \beta_3 GROWTH + \varepsilon$$

$$TOBIN'S\ Q = \alpha + \beta_1 GCG + \beta_2 ASSET + \beta_3 GROWTH + \varepsilon$$

Keterangan :

GCG adalah variabel independen, indeks *corporate governance*.

ASSET adalah variabel kontrol, komposisi aktiva.

GROWTH adalah variabel kontrol, *growth* (kesempatan tumbuh).

β_0 : Konstanta regresi

β_1 : Koefisien regresi variabel penerapan GCG

β_2 : Koefisien regresi variabel komposisi aktiva

β_3 : Koefisien regresi variabel pertumbuhan perusahaan

ε : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel dua. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas. Hasil pengujian asumsi klasik didapatkan bahwa data telah lolos uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi. Data tidak lolos pada uji heterokedastisitas, kemudian dilakukan pengobatan dengan melakukan logaritma natural variabel independen. Setelah dilakukan logaritma natural, data lolos uji heterokedastisitas.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
GCG	66	56,38	91,67	78,5956	7,72605
TOBINSQ	66	,47	3,87	1,5690	,78067
ROE	66	,00	,59	,1604	,10408
ASSET	66	,05	4,91	,8085	1,05828
GROWTH	66	,52	3,89	1,4112	,64683
Valid N (listwise)	66				

Hasil pengujian hipotesis pertama dapat dilihat pada tabel tiga.

Tabel 3
Hasil Pengujian Statistik Hipotesis 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,048	,110		-,439	,662
GCG	,001	,001	,088	,891	,376
ASSET	-,026	,010	-,261	-2,633	,011
GROWTH	,096	,016	,599	6,149	,000

Dari hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *corporate governance* terhadap kinerja operasional perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayah (2008), Wardani (2008) dan Paradita (2009) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara penerapan GCG terhadap kinerja operasional perusahaan.

Secara teoritis, penerapan GCG dalam perusahaan dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan karena penerapan GCG dapat mengurangi resiko yang dilakukan oleh manajemen yang sifatnya menguntungkan diri sendiri sehingga bisa memaksimalkan kinerja operasional (Pranata, 2007). Akan tetapi hasil yang diperoleh dalam pengujian hipotesis pertama berbeda dengan teori yang ada. Menurut Hidayah (2008), hal tersebut mungkin terjadi dikarenakan beberapa hal, diantaranya:

- 1) Penerapan GCG juga memerlukan waktu yang relatif panjang sehingga kurang efektif pengukurannya dalam satu periode akuntansi yang singkat sedangkan profitabilitas sendiri lebih bersifat jangka pendek karena hasil yang diperoleh pada suatu periode merupakan nilai tambah bagi perusahaan yang dapat berdiri sendiri pada periode tersebut.
- 2) Manajemen perusahaan belum tertarik manfaat jangka panjang penerapan GCG. Mereka merasa dapat berjalan tanpa GCG.
- 3) Manajemen perusahaan belum melihat adanya dampak finansial secara langsung.
- 4) Rendahnya kesadaran emiten

menerapkan *good corporate governance*. Mereka menerapkan bukan karena kebutuhan, namun lebih karena kepatuhan terhadap aturan yang ada saja.

- 5) Unsur budaya yang berkembang dilingkungan usaha nasional belum menunjang perkembangan penerapan GCG. Misalnya, ada perusahaan yang masih beranggapan bahwa transparansi berarti membuka rahasia dagang dan bisa mengancam daya saing. Sehingga terdapat keterbatasan informasi dalam penelitian padahal untuk mengukur GCG harus memiliki berbagai informasi mengenai karakteristik, budaya, dan hubungan antar organ perusahaan serta kriteria rahasia perusahaan yang tidak dipublikasikan.
- 6) Pemegang saham dan investor kurang aktif memberdayakan diri, sehingga daya tawarnya (*bargaining power*) lemah ketika berhadapan dengan manajemen.

Hasil pengujian hipotesis dua dapat dilihat pada tabel empat.

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,246	1,338		-,184	,855
LNGCG	,082	,307	,019	,267	,790
LNASSET	,013	,027	,034	,491	,625
LNGROWTH	,941	,078	,836	12,070	,000

Hasil pengujian pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen *corporate governance* terhadap variabel dependen kinerja pasar. Sehingga hipotesis

kedua di dalam penelitian ini tidak dapat didukung karena *corporate governance* tidak mempengaruhi kinerja pasar perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardani (2008) yang menyatakan bahwa penerapan *corporate governance* dapat mengurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh manajemen dengan keputusan yang menguntungkan sendiri dan umumnya *corporate governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya sehingga harga saham mengalami peningkatan dan pasar dapat memberikan respon atas penerapan *corporate governance* pada perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darmawati et. al (2005) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *corporate governance* dan variabel kontrol komposisi aktiva tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Darmawati et. al (2005) menggunakan data laporan keuangan pada tahun yang sama dengan tahun pemeringkatan *corporate governance*, sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan pada tahun berikutnya setelah tahun pemeringkatan *corporate governance*. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan respon pasar terhadap penerapan *corporate governance* tidak bisa dinilai secara langsung akan tetapi membutuhkan waktu jangka panjang. Pasar membutuhkan waktu untuk berinteraksi sehingga kinerja perusahaan untuk beberapa periode berikutnya akan memberikan pengaruh

yang lebih baik. Menurut Istiqomah (2009), perusahaan yang telah menerapkan *corporate governance* dengan baik versi IICG dengan indikator mempunyai indeks persepsi yang tinggi, belum pasti mempunyai nilai pasar yang tinggi bagi investor. Bahkan seringkali investor tidak memperhatikan penerapan GCG sebagai salah satu kriteria memutuskan membeli saham suatu perusahaan. Sebagian besar investor hanya memperhatikan harga saham dan jumlah dividen yang dibagikan. Selain itu, perusahaan yang masuk dalam pemeringkatan CGPI yang dilakukan oleh IICG, tidak semua perusahaan terdaftar di BEI. Sehingga belum tentu perusahaan yang harga sahamnya tinggi juga menerapkan *corporate governance* yang baik.

Peneliti memasukkan variabel kontrol yaitu komposisi aktiva dan kesempatan pertumbuhan untuk mengetahui keterikatan *corporate governance* dengan faktor lainnya. Komposisi aktiva diukur dengan menggunakan rasio antara aktiva tetap terhadap total penjualan. Klapper dan Love (2002) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktiva tak berwujud dan aktiva lancar yang besar cenderung untuk menerapkan *corporate governance* yang lebih ketat. Hal ini dikarenakan aktiva lancar dan aktiva tak berwujud lebih mudah dicuri dibandingkan dengan aktiva tetap berwujud. Hasil penelitian variabel kontrol yaitu komposisi aktiva memberikan pengaruh terhadap ROE, tetapi tidak memberikan pengaruh terhadap Tobin's Q. Variabel kontrol kesempatan pertumbuhan memberikan pengaruh terhadap ROE dan juga Tobin's Q. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi membutuhkan dana eksternal untuk

melakukan ekspansi, sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan perbaikan dalam penerapan *corporate governance* dalam rangka untuk menurunkan biaya modal. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh akan lebih *profitable* yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja yang baik pada perusahaan (Klapper dan Love, 2002).

SIMPULAN

Dari hasil pengujian dan analisis dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan karena beberapa hal yaitu: penerapan GCG yang memerlukan waktu relatif panjang sehingga kurang efektif pengukurannya dalam satu periode akuntansi, sedangkan manajemen perusahaan belum tertarik manfaat jangka panjang penerapan GCG karena mereka merasa dapat berjalan tanpa GCG; manajemen perusahaan belum melihat adanya dampak finansial secara langsung; rendahnya kesadaran emiten menerapkan *good corporate governance*; unsur budaya yang berkembang dilingkungan usaha nasional belum menunjang perkembangan penerapan GCG.

Penerapan *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan oleh beberapa hal. Pertama, respon pasar terhadap penerapan *corporate governance* tidak bisa dinilai secara langsung akan tetapi membutuhkan waktu jangka panjang. Pasar membutuhkan waktu untuk berinteraksi sehingga kinerja perusahaan untuk beberapa periode berikutnya akan memberikan pengaruh yang lebih baik.

Kedua, para investor pun seringkali tidak memperhatikan penerapan GCG sebagai salah satu kriteria memutuskan membeli saham suatu perusahaan. Sebagian besar investor hanya memperhatikan harga saham dan jumlah dividen yang dibagikan. Ketiga, perusahaan yang masuk dalam pemeringkatan CGPI yang dilakukan oleh IICG, bukan semua perusahaan yang terdaftar di BEI sehingga belum tentu perusahaan yang harga sahamnya tinggi juga menerapkan *corporate governance* yang baik. Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel lain untuk mengukur kinerja perusahaan, misalnya menggunakan indikator pengukuran kinerja keuangan lainnya, seperti *Return on Asset* (ROA), *Return on Investment* (ROI), Net Profit Margin (NPM).

Daftar Pustaka

- Darmawati, Deni, Khomsiyah dan Rika Gelar Rahayu. (2005), Hubungan *Corporate Governance* dan Kinerja Perusahaan, Jurnal Riset Akuntansi Indonesia Yogyakarta, Vol 8, No. 1: 65-81.
- Gompers, P., Ishii, L. and Metrick, A. (2003), Corporate Governance and Equity Prices, *Quarterly Journal of Economics*. Vol. 118, 107-155.
- Hastuti, Theresia Dwi. (2005). Hubungan Antara GCG dan Struktur Kepemilikan dengan Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada Perusahaan yang listing di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi VIII, 238-247.
- Hidayah, Erna. (2007), Penerapan *Corporate Governance*, Pengungkapan Informasi, dan Kinerja Perusahaan Di Perusahaan

- Publik Indonesia, Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (tidak dipublikasikan).
- Istiqomah. (2009). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Pasar Perusahaan Peserta Corporate Governance Perception Index (CGPI), Skripsi Sarjana: Universitas Sebelas Maret, (tidak dipublikasikan).
- Khomsiyah. (2003), Hubungan *Corporate Governance* Dan Pengungkapan Informasi: Pengujian Secara Simultan, Simposium Nasional Akuntansi VI: 200 – 213.
- Klapper, L. and Love. (2002), Corporate Governance, Investor Protection and Performance in Emerging Markets, World Bank Policy Research Working Paper. [e-journal] <http://ssrn.com>.
- Paradita, Dita. (2009), Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Termasuk Kelompok Sepuluh Besar Menurut Corporate Governance Perception Index, Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, (tidak dipublikasikan).
- Wardani, K. D. (2008), Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia, Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, (tidak dipublikasikan).
- Young, Beth. (2003), *Corporate governance and firm performance: Is there a relationship?* Ivey Business Journal Online. [e-journal] http://wwwold.iveybusinessjournal.com/view_article.asp?intArticle_ID=444

Corporate Governance Dan Profitabilitas: Pengaruhnya Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Yang Listing Di Bei

Ninda Eka Agustina

Moh. Syadeli

BTPN Syariah – Surabaya

STIE Malangkecewara – Malang

neacin@yahoo.com

msyadeli@yahoo.com

Abstract

Corporate Governance is a set of systems that regulate and control the enterprise in creating added value for stakeholders and stockholders who provide long-term benefit. Companies with high profitability will present information corporate social responsibility (CSR) more. CSR is used to bridge the company's interests with the interests of stakeholders that the company's activities in dealing with environmental pollution as well as the obligations of the company on the issue of financial accountability through reporting company and the information needs to be known by stakeholders. The purpose of this study was to analyze the effect of corporate governance (institutional ownership, board of directors) and the profitability of the CSR with firm size as control variables. The sample was selected using purposive sampling method under consideration (judgment sampling) to obtain samples of food and beverages 39 companies listed in the Indonesia Stock Exchange in 2008-2010. Methods of analysis using multiple regression analysis with the results of (1) Institutional Ownership, commissioners and profitability significantly influence the CSR, (2a) Institutional Ownership no significant effect on CSR, (2b) The Board of Commissioners significant effect on CSR, (3) significant Profitability towards CSR.

Keywords: Corporate Governance, Institutional Ownership, Board of Commissions, Corporate Social Responsibility.

PENDAHULUAN

Tahun 2009 dampak krisis global memaksa setiap perusahaan disuatu negara untuk memaksimalkan kesehatan perusahaan itu sendiri, jika ingin bertahan dan tidak terkena dampak krisis tersebut yang berujung pada kebangkrutan atau pembekuan oleh pemerintah. Oleh karena itu, fenomena *Good Corporate Governance* dalam pengendalian suatu perusahaan menjadi standar yang dibakukan

pemerintah. Daniri, (2005) mengungkapkan bahwa istilah *Good Corporate Governance* (GCG) selama sepuluh tahun terakhir ini kian populer. GCG merupakan salah satu kunci sukses perusahaan untuk tumbuh dan menguntungkan dalam jangka panjang sekaligus memenangkan persaingan bisnis global serta krisis ekonomi yang muncul karena kegagalan penerapan GCG. Pelaksanaan tersebut perlu adanya analisis dan strategi. Sebagian besar analisis

dan pilihan strategi membuat keputusan subyektif dari informasi yang obyektif (David:2009). *Corporate Governance* merupakan sistem yang dapat memberikan arahan dan kendali agar perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (kumpulanmakalah.com).

Corporate Social Responsibility (CSR) semakin mendapatkan perhatian di kalangan dunia usaha (jurnalskripsi.com). Sejak reformasi bergulir, perubahan tingkat kesadaran masyarakat untuk melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan CSR (Daniri, 2007). Menurut Utama (2007) perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara, air hingga perubahan iklim. Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan bidang sumberdaya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada kenyataannya masih dianggap hal mudah dan dijalankan dengan setengah hati (Daniri, 2008). CSR dijalankan hanya untuk mendapatkan perhatian masyarakat. Utama (2007) mengungkapkan bahwa saat ini tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR di Indonesia masih relatif rendah. Sampai saat ini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR (www.ui.edu).

Perusahaan dalam kegiatan operasionalnya

menghitung profitabilitas sebagai ukuran kinerja perusahaan. Suharli dan Oktorina (2005) menyebutkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profit). Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan menyajikan informasi yang lebih banyak. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka kinerja perusahaan pada periode tersebut sangat baik. Perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas yang tinggi memiliki insentif untuk membedakannya dari perusahaan dengan rasio profitabilitas yang rendah guna meningkatkan modal sebaik mungkin (Meek dalam Afdha, 2007).

Penelitian ini dilakukan untuk mencari pengaruh antara GCG, CSR dan profitabilitas. Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi CSR di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Anggraini (2006) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Hossain dkk (2006) menemukan hasil yang sama bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap CSR. Farook dan Lanis (2005) menemukan bahwa faktor ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil berbeda, bahwa ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan. Parsa dan Kouhy (2007) melakukan penelitian tentang pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan kecil dan menengah (UMKM) yang terdaftar pada *Alternative Investment Market* (AIM) Inggris menghasilkan temuan bahwa *size* berkorelasi positif

terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang sama juga diperoleh Reverte (2008) dan Branco dan Rodriguez (2008), yaitu bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian tentang CSR dikaitkan dengan *corporate governance* yang dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal ini senada dengan hasil penelitian Barna dan Rubin (2005) yang menyebutkan bahwa kepemilikan institusional tidak berhubungan dengan pengungkapan CSR. Farook dan Lanis (2005) menemukan bahwa *Islamic Governance* (sebagai proksi *Corporate Governance* di bank Islam) terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap CSR. Hasil penelitian ini tidak konsisten dalam pengaruh antara peubah profitabilitas dengan CSR. Hal ini menunjukkan fenomena yang menarik dan perlu dilakukan pengujian ulang. Demikian juga dengan peubah ukuran perusahaan, secara teoritis, keduanya mempunyai hubungan positif. Sementara pengujian antara *Corporate Governance* terhadap CSR belum banyak dilakukan. Penelitian ini dikembangkan dari penelitian Waryanto (2010) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Governance*, profitabilitas terhadap CSR pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi menjelaskan hubungan antara *principal* (pemilik modal) dengan agen

(manajemen). Jensen dan Meckling (1976) dalam Sunarto (2004) mengemukakan teori keagenan menjelaskan bahwa kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham seringkali bertentangan, sehingga bisa terjadi konflik di antara keduanya. Hal tersebut terjadi karena manajer cenderung berusaha mengutamakan kepentingan pribadi. Pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi manajer, karena akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menurunkan keuntungan yang diterima. Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan yang terkait tersebut.

Teori keagenan dilandasi oleh beberapa asumsi (Eisenhardt dalam Emirzon, 2007). Asumsi-asumsi tersebut dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu asumsi tentang sifat manusia, asumsi keorganisasian dan asumsi informasi. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat mementingkan diri sendiri (*self-interest*), manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria efektivitas dan adanya asimetri informasi antara prinsipal dan agen. Asumsi informasi adalah bahwa informasi sebagai barang komoditi yang dapat diperjualbelikan.

Permasalahan yang timbul akibat perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen disebut dengan *agency problems*. Salah satu penyebab *agency problems* adalah adanya *asymmetric information*. *Asymmetric*

Information adalah ketidakseimbangan informasi yang dimiliki prinsipal dan agen. Ketika prinsipal tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja agen, sebaliknya agen memiliki lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan (Widyaningdyah, 2001). Dalam kondisi yang asimetri tersebut, agen dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba. Salah satu cara yang di gunakan untuk memonitor masalah kontrak dan membatasi perilaku *opportunistic manajemen* adalah *corporate governance*.

Corporate Governance

Fachrudin (2008) *corporate governance* didefinisikan: seperangkat aturan dan prinsip-prinsip antara lain *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility* yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen perusahaan (direksi dan komisaris), pihak kreditur pemerintah, karyawan, serta *stakeholders* lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi seluruh *stakeholders* dalam perusahaan. Adanya nilai tambah *stakeholders* ini akan menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang bersangkutan". Menurut Alison (2003) pada prinsipnya *corporate governance* menyangkut kepentingan para pemegang saham, perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, peranan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dalam *corporate governance*, transparansi dan penjelasan, serta peranan dewan komisaris dan komite audit.

- Struktur kepemilikan institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management* (Koh, 2003; Veronica dan Bachtiar, 2005). Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic manager*. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen Arif (2006). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Novita dan Djakman (2008) bahwa institusional *shareholders* dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Dari teori diatas, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan seperti: perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan asset management. Jika institusional *shareholders* dengan kepemilikan saham yang besar, maka memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan.

- Dewan Komisaris

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR. Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan

CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Keberadaan dewan komisaris independen (*outside member board*) akan semakin menambah efektifitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris independen juga dianggap sebagai solusi untuk mengatasi masalah keagenan.

Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan menunjukkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan yang dapat digunakan untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa yang akan datang dan mengindikasikan kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi berarti memiliki ketersediaan modal internal yang besar sehingga kebutuhan untuk melakukan pembiayaan eksternal jauh lebih rendah.

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan, dimana penentuan skala perusahaan ini dapat ditentukan berdasarkan: total penjualan, total aktiva, rata-rata penjualan, dan rata-rata total aktiva (Jones dalam Mulyadi, 2003:213). Penelitian ini, ukuran perusahaan dapat diukur dengan proksi *log total assets*. Beberapa peneliti menggunakan total penjualan dan total aktiva untuk mengukur besarnya perusahaan. Paramu (2006), bila pertumbuhan penjualan atau aktiva bernilai positif berarti mencerminkan semakin besar perusahaan, sehingga memperbanyak pula alternatif pendanaan yang dapat dipilih dalam meningkatkan profitnya.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (Paul dan Siegel, 2006), diartikan sebagai kegiatan

yang merupakan bagian dari perusahaan yang tampak dari meningkatnya promosi atas beberapa kegiatan sosial lebih dari kepentingan mendesak dari perusahaan atau pemegang saham dan lebih dari peraturan resmi. Jadi, kegiatan CSR dari perusahaan adalah yang lebih dari pemenuhan yang terkait dengan seperti peraturan lingkungan atau sosial, untuk menciptakan persepsi atau kenyataan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut terdepan dalam mencapai tujuan sosial.

Tujuan dari tanggung jawab sosial secara umum adalah (1) Untuk menjembatani kepentingan perusahaan dengan kepentingan *stakeholders*. Hal ini untuk mengetahui kegiatan perusahaan dalam menangani pencemaran lingkungan serta kewajiban perusahaan atas masalah tersebut melalui laporan pertanggungjawaban keuangan perusahaan, dan informasi tersebut perlu diketahui oleh *stakeholders*; (2) Untuk memenuhi tuntutan peraturan perundang-undangan yang menyangkut kewajiban lingkungan (Media Akuntansi No.31, Desember 1998:11).

Hipotesis Penelitian

H₁: Terdapat pengaruh signifikan antara kepemilikan institusional (X₁), dewan komisaris (X₂) dan profitabilitas (X₃) terhadap *corporate social responsibility* (Y).

H_{2a}: Terdapat pengaruh signifikan kepemilikan institusional (X₁) terhadap *corporate social responsibility* (Y).

H_{2b}: Terdapat pengaruh signifikan dewan komisaris (X₂) terhadap *corporate social responsibility* (Y).

H₃: Terdapat pengaruh signifikan antara

profitabilitas (X_3) terhadap *corporate social responsibility* (Y).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif karena berusaha menjelaskan hubungan antara peubah-peubah melalui pengujian hipotesis, sedangkan data yang digunakan secara umum berupa angka-angka yang dihitung melalui uji statistik (Sugiyono, 2005).

Variabel Bebas

- Kepemilikan Instusional (*Institutional Ownership*) diukur dengan proksi jumlah kepemilikan saham oleh investor institusi terhadap total jumlah saham yang beredar (Nurkhin:2009).
- Dewan komisaris dihitung dengan jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang disebutkan dalam laporan tahunan (Waryanto:2010).
- Profitabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan proksi *return on equity* (ROE), yaitu perimbangan antara *net income* terhadap *shareholder's eruity* (Hakston dan Milne, 1996).

Variabel Terikat

Corporate Social Responsibility merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) berdasarkan indikator GRI (*global reporting initiatives*) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. Indikator GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu

ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Pengukuran CSRDI mengacu pada penelitian Haniffa dkk (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), yang menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{78}$$

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan, 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 \leq CSRDI_j \leq 1$.

Variabel Kontrol

Ukuran perusahaan yang diukur dengan proksi *Logtotalassets* seperti yang dilakukan Waryanto (2009).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari 54 perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dipublikasikan pada *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) periode tahun 2008-2010. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan (*judgment sampling*), yaitu (1) Perusahaan *Food*

and Beverages yang terdaftar di BEI yang mempunyai laporan keuangan lengkap berturut-turut periode pengamatan tahun 2008-2010; (2) Perusahaan *Food and Beverages* yang memiliki ROE positif. Jumlah sampel 39 pengamatan.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, dengan rumusan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{INST} + \beta_2 \text{DK} + \beta_3 \text{ROE} + \beta_4 \text{SIZE} + e$$

Y	= CSR
INST	= kepemilikan institusional
DK	= dewan komisaris
ROE	= profitabilitas
SIZE	= ukuran perusahaan
β_0	= <i>intercept</i>
$\beta_1, \dots, \beta_4$	= koefisien regresi
e	= <i>error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian

Pengujian Hipotesis I

Tabel 1.

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.218	4	.055	9.186	.000 ^a
Residual	.202	34	.006		
Total	.420	38			

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROE, INST, DK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah.

Dari hasil analisis dihasilkan nilai F_{hitung}

sebesar 9,186 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari α (0,05) sehingga $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$; ditolak dan $H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$; diterima. Hal ini berarti bahwa kepemilikan institusional, dewan komisaris, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian Hipotesis I yang menyatakan kepemilikan institusional, dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR, diterima. Besarnya pengaruh peubah kepemilikan institusional, dewan komisaris dan profitabilitas terhadap CSR dapat dilihat pada analisis determinasi (*R Square*) sebagai berikut:

Tabel 2.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.463	.07708

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROE, INST, DK

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.463	.07708

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya R^2 adalah 0,519 yang artinya dengan memasukkan peubah kepemilikan institusional, dewan komisaris, profitabilitas dan ukuran perusahaan ke dalam model regresi akan menjadikan perubahan nilai CSR sebesar 51,9% sedangkan sisanya sebesar 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis II

Tabel 3.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.017	.079		-.210	.835
INST	.000	.000	-.045	-.359	.722
DK	.017	.008	.377	2.133	.040
ROE	.001	.000	.275	2.210	.034
SIZE	.059	.032	.333	1.871	.070

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, untuk kepemilikan institusional (INST) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -0,359 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,722 lebih dari α (0,05). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Dengan demikian, Hipotesis IIa yang menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap CSR, ditolak.

Hasil uji t untuk dewan komisaris (DK) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.133 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,040 kurang dari α (0,05). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR. Dengan demikian hipotesis IIb yang menyatakan dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR, diterima.

Pengujian Hipotesis III

Hasil uji t untuk profitabilitas (ROE) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,210 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,034 kurang dari α (0,05). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Dengan demikian hipotesis III yang menyatakan profitabilitas

berpengaruh signifikan terhadap CSR, diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh kepemilikan institusional, dewan komisaris dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil analisis uji F dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari α (0,05) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Kepemilikan institusional, dewan komisaris sebagai sistem yang dapat memberikan arahan dan kendali agar perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR.

Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic manager*. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Novita dan Djakman (2008) bahwa *institutional shareholders* dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Faizal, 2004 dalam Arif, 2006).

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan

termasuk praktek dan pengungkapan CSR. Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Profitabilitas menunjukkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan yang dapat digunakan untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa yang akan datang dan mengindikasikan kinerja perusahaan yang baik. Profitabilitas yang tinggi akan menyajikan informasi CSR lebih banyak. Oleh karena itu, kepemilikan institusional, dewan komisaris, profitabilitas akan mempengaruhi CSR.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2009), bahwa kepemilikan institusional, dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Pengaruh kepemilikan institusional terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji t yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} yang nilainya lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yaitu -0,359 dengan tingkat signifikan sebesar 0,722 lebih dari α (0,05). Analisis diatas menggambarkan bahwa besarnya tingkat kepemilikan institusional perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan. Penelitian ini senada dengan penelitian Nurkhin (2009), Novita dan Djakman (2008), serta Barnea

dan Rubin (2006) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Waryanto (2009) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Pengaruh dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji t yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} yang nilainya lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yaitu 2,133 dengan tingkat signifikan sebesar 0,040 kurang dari α (0,05). Komposisi dewan komisaris merupakan mekanisme GCG yang diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan (KNKG, 2006). Dengan demikian komposisi dewan komisaris akan berpengaruh pada meningkatnya kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil Penelitian ini konsisiten dengan penelitian Nurkhin (2009), Waryanto (2010) yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji t yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} yang nilainya lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yaitu 2,210 dengan tingkat signifikan sebesar 0,034 kurang dari α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan

informasi CSR yang telah dilakukan. Hal ini dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas CSR bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Melainkan aktivitas CSR merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek positif bagi perusahaan.

Penelitian ini konsisten dengan hasil yang diperoleh Nurkhin (2009), menggunakan ROE dengan hasil yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility*.

Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Sembiring, 2005).

Hasil uji t menunjukkan bahwa peubah ukuran perusahaan (SIZE) tidak terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan. Peubah ini memiliki nilai signifikansi 0,070 lebih dari α (0,05), sehingga dapat dikatakan bahwa peubah ukuran perusahaan tidak terbukti mempunyai pengaruh untuk mendukung pengaruh peubah bebas (*corporate governance* dan profitabilitas) terhadap CSR. Hal ini disebabkan pandangan perusahaan ukuran besar yang belum menganggap efektifitas pengungkapan CSR sehingga pengungkapan aktivitas ini belum dianggap sebagai kebijakan yang akan berdampak positif di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini konsisten dengan Farook dan Lanis (2005), Hossain dkk. (2006), Anggraini (2006), Nurkhin (2009) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Namun, hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003 dan 2005), Toms dkk. (2007), dikarenakan perbedaan proksi yang digunakan. *Log of net sales* digunakan oleh Sembiring (2003) sedangkan penelitian ini menggunakan proksi *Log total asset* sama dengan proksi yang digunakan oleh Novita dan Djakman (2008).

PENUTUP / SIMPULAN

1. *Corporate governance* yang dalam penelitian ini diproksikan menggunakan kepemilikan institusional, dewan komisaris serta profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini menggambarkan bahwa kepemilikan institusional, dewan komisaris sebagai sistem yang dapat memberikan arahan dan kendali agar perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR, profitabilitas yang tinggi

- akan menyajikan informasi CSR lebih banyak.
2. *Corporate governance* yang diproksikan menggunakan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini menggambarkan bahwa besarnya tingkat kepemilikan institusional perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan.
 3. *Corporate governance* yang diproksikan menggunakan dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini menggambarkan bahwa dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan *food and beverages* di Indonesia dapat menjalankan peran dan fungsinya untuk mengontrol dan memonitoring pihak manajemen dalam operasional perusahaan termasuk pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR.
 4. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas tinggi dengan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukan. Persepsi atau anggapan bahwa aktivitas CSR bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan melainkan aktivitas CSR merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek positif bagi perusahaan.
 2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peubah kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSR sehingga para pemilik saham hendaknya memperhatikan struktur kepemilikan institusional dari jumlah yang dimiliki investor dalam menanamkan sahamnya.
 3. Penelitian selanjutnya diharapkan, (1) menggunakan indikator pengungkapan CSR yang lebih sesuai dengan karakter perusahaan di Indonesia; (2) menggunakan periode pengamatan yang lebih lama dan menambah jumlah sampel sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya; (3) dapat menggunakan proksi lain untuk *corporate governance* seperti: struktur kepemilikan managerial, kepemilikan asing, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit agar dapat lebih mencerminkan pengaruh *corporate governance* terhadap CSR.

Daftar Pustaka

Saran

1. Perusahaan *food and beverages* diharapkan lebih variatif dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
- Alison. (2003) *Peranan Dewan Komisaris*. (online). (<http://www.Reindo.co.id/reinfokus/edisi24/peranan.htm>). Diakses 20 Oktober 2011.
- Amandani, Eva Rindania (2008) Pengaruh struktur kepemilikan, profitabilitas,

pertumbuhan aktiva, dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI. *Skripsi* STIE Malangkecewara Malang (Tidak Dipublikasikan).

Ardana, Komang I. (2008) *Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*. (online). (ejournal.unud.ac.id/abstrak/km%20ardana.pdf). Diakses 29 Oktober 2011.

Azwar, Saifuddin. (2007) *Metode Penelitian*, Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Bursa Efek Indonesia. (2009) *Indonesian Capital Market Directory 2009*. ECFIN. Jakarta.

Bursa Efek Indonesia. (2010) *Indonesian Capital Market Directory 2010*. ECFIN. Jakarta.

Dadang Sukandar. (2011) *Dewan Komisaris*. (online). (dadangsukandar.wordpress.com/2011/03/17/dewan-komisaris/). Diakses 20 November 2011.

Daniri, Mas Achmad. (2005) *Good Corporate Governance. Konsep dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia*. PT. RayIndonesia. Jakarta.

David, Fred R. (2009) *Management Strategic*. Salemba Empat. Jakarta.

Fachrudin, Khaira Amalia. (2008) *Kesulitan Keuangan, Kebangkrutan dan Likuiditas*. (online). (<http://candra.us/blog/?p=9>). Diakses 20 Juni 2010.

Firmansyah, Richie Dwi. (2011) Pengaruh

Mekanisme Corporate Governance Dalam Financially Distress Firms (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi* STIE Malangkecewara Malang (Tidak Dipublikasikan).

Ghozali, Imam. (2007) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hanafi, Achmad. (2010) *Good Corporate Governance (GCG)*. (online). (achmadhanafi.blogspot.com/.../good-corporate-governance-gcg_15). Diakses 22 November 2011.

Holland, J. (2003) *Maximising value from CSR, Marketing, November: 15*. Lighthouse Independent Media. Singapore.

Kaen, Fred, R. (2003) *A Blueprint for Corporate Governance: Strategy, Accountability and the Preservation of Shareholder Value*. AMACOM. USA.

Kok, P., T. Wiele, R. McKenna dan A. Brown. (2001) A corporate social responsibility audit within a quality management framework. *Journal of Business Ethics*, Vol. 31 No. 4, 285-297.

Lee, Nancy dan Kotler, Philip. (2005) *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Caus*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. New Jersey.

Murwaningsri, Etty. (2009) Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial

- Performance dalam Continuum. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 11 No. 1, 30-41.
- Nasution B. (2011) *Penerapan Prinsip-prinsip Good Corporate Governance*. (online). (repository. usu.ac.id/bitstream/123456789/21904/4/Chapter%20I.pdf). Diakses 20 November 2011.
- Nasution, Marihot dan Doddy Setiawan. (2007) Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan LQ-45. *Skripsi STIE Malangkucewara Malang* (Tidak Dipublikasikan).
- Nesti. (2009) *Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan*, (online), (hana3.wordpress.com/.../pengaruh-kepemilikan-institusional-terhada...). Diakses 20 November 2011.
- Ningsaptiti, Ristie. (2011) *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2006-2008)*. (online). (www.scribd.com/doc/52041643/6/Teori-Keagenan-Agency-Theory). Diakses 5 November 2011.
- Novita dan Chaerul D. Djakman. (2008) Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan; Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2006. *Symposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak*, 22 – 25 Juli 2008.
- Nurkhin, Akhmad. (2009) *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia)*. (online). (eprints.undip.ac.id/8038/1/Ahmad_Nurkhin.pdf). Diakses 23 Oktober 2010.
- Paramu. (2006) Peranan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Volume 12 Tahun 2008. Vol. 12 No. 1*, 1-10.
- Santoso, Singgih. (2002). *SPSS versi 10*. PT. Elex Media Komputindo. Gramedia. Jakarta.
- Sanusi, Anwari. (2003) *Metodologi Penelitian Praktis: Untuk Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Buntara Media. Malang.
- Sartono, Agus. (2004) *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat, Cetakan Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. (2007) Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Symposium Nasional Akuntansi IX, Makassar*, 26-28 Juli 2007.
- Sihombing. (2001) *Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap kebijakan Hutang dan Kebijakan Insider dalam Konteks Teori Keagenan*. (online). ([I lib.ugm.ac.id/jurnal/](http://lib.ugm.ac.id/jurnal/)

- download.php?dataId= 4099*). Diakses 20 November 2011.
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005) Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial; studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI Undip, Semarang. No. 1 Vol 6 Januari 2006*.
- Tabataba'i, Willyz. (2010) *Influence of GCG to Disclouser*. (online). (Willyz widhy tabatabai's Blog.htm). Diakses 19 November 2011.
- Trihastutie. (2010) *Good Corporate Governance*. (online). (trihastutie.wordpress.com/ 2010/11/01/good-corporate-governance-2/). Diakses 19 November 2011.
- Waryanto. (2010) *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. (online). Diakses 28 Oktober 2011.
- Zuhroh, Siti. (2006) Upaya Mengembangkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, suatu pendekatan etis. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3, No. 2, Agustus 2006, 122-126*.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Premature Sign-Off Of Audit Procedure* Pada KAP di Jawa Tengah

Nanik Sri Utaminingsih
Hayuning Tyas
Universitas Negeri Semarang
nie.pasadena@gmail.com

Abstract

The study aims at testing the effect of job level, professional ethics and locus of control on the premature sign off. The population used in this study is all auditor working at the Public Accountant Office in Central Java. The population of the study includes junior auditors, senior auditors, managers and partners. By using convenience technique sampling, the study collected 75 auditors as samples. Primary data are collected using five-scale likert questioners. Moreover, the study employs partial least square (PLS) to analyse the data. The study conclude that internal locus of control does not impact on the premature sign-off. The job level affect on the premature sign off. At the same time, job level also has positive impact on professional ethics. On the other hand, professional ethics, negatively affect premature sign off. The results show that the direct effect of job level on premature sign off is greater than the indirect effect of job level on premature sign off by using professional ethics as a moderating variable.

Keywords: *job level, professional ethics, locus of control, premature sign off.*

PENDAHULUAN

Akuntansi dan audit memainkan peranan penting dalam transaksi bisnis dan ekonomis dunia. Gelombang permintaan atas jasa akuntan yang andal dan auditor dengan integritas tinggi menjadi berkembang pesat. Situasi ini didukung dengan adanya gagasan “ekonomi baru” yang ditandai dengan “kekayaan atas kertas”. Situasi tersebut tidak mampu bertahan lama, sejak munculnya kecurangan akuntansi pada kasus Enron.

Perusahaan ini melakukan kecurangan besar menipu investor dengan cara menggelembungkan profitabilitas

perusahaan atas kejadian ini pula yang menyebabkan runtuhnya Arthur Andersen pada bulan Agustus 2002. Sebenarnya kasus kecurangan ini bukanlah sebuah yang terbesar sepanjang sejarah namun hanya merupakan salah satu bagian dari serangkaian kasus kecurangan akuntansi yang terjadi belakangan ini. Integritas akuntan Amerika Serikat dan Eropa telah tercoreng dengan adanya kecurangan besar-besaran yang dialami Enron Corp, menurut Messier, Glover, dan Prawit (2005) ledakan skandal ini juga melibatkan perusahaan raksasa (Tyco, WorldCom, Xerox, Adelphia, Ahold, dll), perusahaan perantara (Merrill Lynch), bursa saham (Bursa Efek New York), dan manajer reksa

dana (Piper Jaffray). Imbasnya bukan hanya melemahkan kepercayaan investor terhadap pasar saham saat itu namun juga menimbulkan keraguan atas integritas keseluruhan sistem kepemilikan publik dan akuntabilitas di Amerika Serikat.

Berbagai kasus yang muncul diatas memunculkan akuntansi sebagai profesi yang bertanggung jawab atas peristiwa tersebut. Dampak dari berbagai kasus diatas mengakibatkan citra negatif terhadap profesi akuntan publik dan menjadi sorotan dunia keuangan, Namun, pada kenyataanya dalam melakukan audit atas laporan keuangan, auditor tidak dapat memberikan jaminan mutlak (*guarantee*) bagi klien atau pemakai laporan keuangan lainnya, bahwa laporan keuangan auditan adalah akurat.

Berbagai penelitian menduga bahwa ketidakakuratan laporan keuangan auditan disinyalir karena adanya pengurangan terhadap kualitas audit. Secara teori apabila semua prosedur yang telah ditetapkan dapat dijalankan dengan baik oleh auditor maka pada akhirnya akan meningkatkan kualitas informasi beserta konteksnya namun yang telah terjadi di lapangan menunjukan fenomena lain. Munculnya beberapa tindakan premature sign-off yang merupakan salah satu bentuk pengurangan kualitas (*Reduce Audit Quality / RAQ behaviors*) atau dapat diartikan sebagai "pengurangan mutu dalam pelaksanaan audit yang dilakukan secara sengaja oleh auditor" sehingga akan menimbulkan kesalahan ketika auditor membuat *judgement*.

Reduced Audit Quality behaviors atau perilaku pengurangan kualitas audit

dideskripsikan oleh Malone dan Roberts (1996) adalah sebuah tindakan kecurangan yang dilakukan oleh auditor selama menjalankan tugas audit yang menyebabkan berkurangnya tingkat ketepatan dan keefektifan pengumpulan bukti audit. Salah satu yang paling sering dilakukan adalah *premature sign-off of audit procedure*. Pada periode 1971-1985 *The Wall Street Journal* melaporkan bahwa profesi audit mengalami banyak tuntutan hukum (Ulum, 2005) disebabkan karena dalam menjalankan proses audit banyak terjadi pembuangan atau pemotongan prosedur audit, serta tidak dilakukannya kontrol yang cukup atas prosedur audit. Terdapat beberapa motivasi yang mendorong auditor melakukan tindakan pengurangan kualitas audit, salah satu pertimbangan munculnya tindakan ini adalah alasan *cost and benefit* yang diterima auditor. Sedangkan faktor yang mempengaruhi persepsi auditor atas *cost dan benefit* setiap tindakannya banyak dipengaruhi oleh karakteristik pribadi masing-masing individu.

Menurut Jensen dan Glinow dalam Malone dan Roberts, 1996; dan Suryanita, *et.al.*, (2006) , perilaku individu merupakan refleksi dari sisi personalitasnya sedangkan faktor situasional yang terjadi saat itu akan mendorong seseorang untuk membuat suatu keputusan. Sehingga berdasar pada pernyataan tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perilaku penurunan kualitas audit (*Reduce Audit Quality Behaviours*) yang salah satunya adalah *premature sign-off of audit procedure* dapat disebabkan oleh faktor karakteristik personal dari auditor (faktor internal) serta faktor situasional saat melakukan audit (faktor eksternal).

Penghentian prematur atas prosedur audit yang dipengaruhi oleh karakteristik personal diantaranya lokus kendali (*locus of control*), etika profesi, idealisme, relativisme dan tahapan perkembangan moral kognitif (*cognitive moral development*) yang berbeda-beda pada tiap individu. Penelitian-penelitian terdahulu tentang lokus kendali yang dihubungkan dengan tindakan *premature sign-off* menunjukkan keanekaragaman hasil. Shapeero, *et al.*, (2003) menyatakan bahwa secara statistik tidak ada pengaruh antar lokus kendali internal dengan tindakan *premature sign-off of audit procedure*. Sementara tingkat jabatan yang dihubungkan dengan tindakan *premature sign-off* menunjukkan kesamaan hasil, bahwa tingkat jabatan yang lebih rendah memungkinkan terjadinya *premature sign-off*.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Shapeero, *et al.*, 2003 yang menggunakan faktor model pengambilan keputusan, tingkat perkembangan moral kognitif, lokus kendali, tingkat jabatan, kesempatan dan hadiah. Faktor utama yang menjadikan penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya adalah adanya variable etika profesi, sebagai variable yang memediasi tindakan *premature sign-off of audit*, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh variable etika profesi pada hubungan antara tingkat jabatan, lokus kendali terhadap *premature sign-off of audit*.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Premature sign-off of audit Procedure

Premature sign-off of audit procedure

masuk dalam kategori kelalaian yang disengaja (*gross negligence*), disebut juga sebagai kecurangan terencana (*constructive fraud*) yaitu merupakan kejadian besar mengenai kelalaian yang mencolok atau kecurangan terencana atas standar yang telah ditetapkan. Istilah seperti ini sering digunakan untuk menunjuk pada audit yang buruk. Kelalaian yang disengaja dalam hal ini adalah (Guy, Alderman, dan Winters, 2001): Akuntan publik melakukan penyajian mengenai fakta yang material tanpa dukungan yang memadai; Penyajian dimaksudkan untuk menjadi sandaran bagi orang lain (contoh kasus: klien atau pengguna laporan keuangan pihak ketiga); Penyajian merupakan hal yang diandalkan oleh klien atau pihak ketiga sebagai sandaran; Kehandalan tersebut menyebabkan kerugian bagi klien atau pihak ketiga.

Premature sign-off of audit procedure ini adalah alat bagi auditor untuk memanipulasi proses audit dalam upaya untuk mencapai tujuan kinerja individual. Pengurangan kualitas audit yang dihasilkan dari kegiatan ini mungkin dipandang sebagai perlunya pengorbanan dalam upaya bagi individu untuk *survive* dalam lingkungan audit. *Premature sign-off of audit procedure* dapat di definisikan sebagai suatu keadaan yang menunjukkan seorang auditor menghentikan satu atau beberapa langkah audit yang diperlukan dalam menjalankan prosedur audit tanpa mengganti dengan langkah lain.

Definisi lain dari *premature sign-off of audit procedure* adalah dihentikannya langkah-langkah dalam audit program sehingga satu atau lebih dari prosedur audit tidak

dilengkapi (Raghunatan, 1991). Jika hal tersebut dilaksanakan oleh seorang auditor, maka pastinya akan memiliki pengaruh langsung terhadap kualitas audit yang dihasilkannya karena ketika satu langkah saja dalam prosedur audit dihilangkan, maka probabilitas akan meningkat atas kesalahan auditor membuat judgment dan tentunya dapat mempengaruhi kualitas audit.

Secara garis besar, faktor terjadinya tindakan *premature sign-off of audit procedure* terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Faktor Internal, merupakan faktor terjadinya tindakan *premature sign-off* yang berasal dari dalam diri auditor antara lain:
 - a. Idealisme adalah suatu orientasi etika yang mengacu pada sejauh mana seseorang concern pada kesejahteraan orang lain dan berusaha keras untuk tidak merugikan orang lain (ulum, 2005).
 - b. Relativisme adalah suatu orientasi etika yang mengacu pada penolakan terhadap prinsip (aturan) moral yang bersifat universal atau absolute (ulum, 2005).
 - c. Locus kendali (*Locus of control*) adalah cara pandang seseorang terhadap suatu peristiwa apakah dia dapat atau tidak dapat mengendalikan (*control*) peristiwa yang terjadi padanya
 - d. *Self esteem* atau dapat didefinisikan sebagai harga diri merupakan pengalaman yang kompeten untuk menghadapi tantangan dasar kehidupan yang layak dan kebahagiaan. (Branden, 1969 dalam Nugraheny 2006).
 - e. *Need approval* didefinisikan sebagai kurangnya kepercayaan diri daam kemampuan dan pengetahuan dalam diri seseorang. Orang dengan sifat

seperti ini akan cenderung melihat diri sendiri sebagai seorang yang tidak berkompeten (Nugraheny, 2006).

- f. *Need for achievement* atau dapat diartikan sebagai dorongan untuk berprestasi adalah keinginan untuk beerja dengan baik atau melampaui standar prestasi. Standar tersebut bisa berupa prestasi sendiri dimasa lampau (*improvement*), ukuran obyek (*result orientation*), melebihi orang lain (*competitiveness*), sasaran yang menentang atau sesuatu yang belum dilakukan orang lain (*innovation*). Menunjukan dorongan untuk bertindak secara lebih baik dan efisien.
- g. *Competitive type behavior* atau dapat disebut sebagai tipe kebradian merupakan pola perilaku yang dapat mempengaruhi keadaan mental seseorang.
2. Faktor Eksternal, merupakan faktor terjadinya tindakan *premature sign-off* yang berasal dari luar diri atau lingkungan auditor antara lain:
 - a. *Time budget pressure* merupakan suatu keadaan dimana auditor dituntut untuk melakukan efisiensi terhadap anggaran waktu yang telah disusun, atau terdapat pembatasan waktu dalam anggaran yang sangat ketat dan kaku.
 - b. *Time deadline pressure*, terjadi bila auditor mendapat tekanan waktu yang sangat ketat dalam penyelesaian tugas atas target yang telah ditetapkan, sehingga time deadline pressure bisa datang dari KAP atau klien.
 - c. Resiko audit, adalah resiko yan terjadi dalam hal auditor tanpa disadari tidak memodifikasi pendapatnya sebagaimana mestinya, atas suatu laporan keuangan yang mengandung salah saji material (PSA No.25, 2001). Dalam standar

- auditing (PSA No. 25, 2001) terdapat tiga resiko yang ditetapkan auditor dalam mengaudit antara lain: (1) resiko bawaan (*inherent risk*), (2) resiko pengendalian (*control risk*), (3) resiko deteksi (*detection risk*).
- d. Materialitas, pertimbangan auditor mengenai materialitas merupakan pertimbangan profesional dan dipengaruhi oleh persepsi auditor dalam meletakkan kepercayaan atas laporan keuangan. Pertimbangan materialitas mencakup pertimbangan kuantitatif (berkaitan dengan hubungan salah saji dengan jumlah saldo tertentu) dan kualitatif (berkaitan dengan penyebab salah saji) (Heriningsih, 2001).
 - e. *Prosedur Review* merupakan proses memeriksa / meninjau ulang hal / pekerjaan untuk mengatasi terjadinya indikasi ketika staf auditor telah menyelesaikan tugasnya, padahal tugas yang disyaratkan gagal dilakukan. Prosedur ini berperan dalam memastikan bahwa bukti pendukung telah lengkap dan juga melibatkan pertimbangan ketika terdapat sugesti bahawa *premature sign-off* sudah terjadi.
 - f. Tingkat Jabatan: didefinisikan sebagai tingkatan atau ranking yang dimiliki seorang auditor dalam sebuah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang secara spesifik diukur berdasar pada rentang waktu dan pengalaman yang miliknya tersebut (Shaperoo *et al*, 2003)
 - g. Etika profesional adalah aplikasi khusus dari etika umum. Bagi profesi akuntansi (akuntan), kode etik diperlukan sebagai panduan dan aturan terhadap seluruh anggota baik yang berpraktik sebagai akuntan publik, bekerja di dunia usaha, di instansi pemerintah, maupun di dunia

pendidikan dalam memenuhi tanggung jawab profesinya.

Pengaruh *Locus of Control* terhadap *Premature Sign-Off of Audit Procedure*

Lokus kendali merupakan suatu jenis kepribadian yang sering digunakan oleh peneliti untuk mengukur sejauh mana individu meyakini bahwa faktor-faktor yang berpengaruh atas dirinya dapat dikendalikan dengan baik. MacDonald (Tsui dan Gul, 1996, dalam Utami, 2007) mendefinisikan lokus kendali sebagai tolak ukur sejauh mana seseorang merasakan hubungan kontinjensi antara tindakan dan hasil yang mereka peroleh.

Tindakan *premature sign-off of audit procedure* merupakan salah satu kategori dari perilaku disfungsional audit, selain dipengaruhi oleh faktor eksternal diluar diri auditor juga dapat dipengaruhi oleh faktor internal (lokus kendali internal dan etika profesi). Lokus kendali membantu akuntan publik untuk menghadapi lingkungan kerja dan dalam rangka penyelesaian sebuah pekerjaan yang kompleks. Seorang akuntan dengan lokus kendali eksternal memiliki kepercayaan bahwa hasil yang mereka dapatkan ditentukan oleh faktor ekstrinsik diluar pengendalian diri mereka.

Lokus kendali terdiri dari lokus kendali internal (*internal locus of control*) serta lokus kendali eksternal (*ekternal locus of control*). Seseorang yang mempercayai bahwa pengendalian atas nasib dan takdir yang dialami berada pada diri mereka sendiri disebut memiliki internal lokus kendali, sedangkan individu dengan lokus kendali eksternal memiliki kepercayaan bahwa hasil yang mereka dapatkan

ditentukan oleh faktor ekstrinsik diluar pengendalian diri mereka sendiri.

Penelitian Nugroho (2008) menemukan bahwa internal locus kendali memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap adanya tindakan *premature sign-off*. Sementara dalam penelitian Shapeero *et al.*, (2003) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh negatif antar internal locus kendali terhadap tindakan *premature sign-off*. Dinyatakan bahwa individu dengan locus kendali internal tinggi dapat menekan terjadinya praktik *premature sign-off of audit procedure*. Sebaliknya jika seseorang memiliki *locus of controll eksternal* yang tinggi justru akan mencoba untuk memanipulasi rekan atau objek sebagai kebutuhan pertahanan mereka, sehingga saat mereka merasa dalam kondisi yang tidak sesuai dengan keinginan maka sangat dimungkinkan mereka untuk memanipulasi pekerjaan. Sehingga hipotesa yang dikembangkan adalah:

H1: Locus kendali internal berpengaruh negatif terhadap tindakan *premature sign off*.

Tingkat Jabatan (Job Level)

Tingkat jabatan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkatan atau ranking yang dimiliki seorang auditor dalam sebuah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang secara spesifik diukur berdasar pada rentang waktu dan pengalaman yang milikinya tersebut (Shaperoo *et al*, 2003). Tingkat atau hierarki jabatan dalam kantor akuntan publik merupakan struktur organisasi yang berlaku dalam kantor akuntan publik, (Arens dan Lobbecke, 1998; dalam Utaminingsih, 2004) menyebutkan tingkat jabatan itu sendiri

terbagi menjadi empat, yaitu staf akuntan/ *staff level*/asisten/akuntan junior; senior auditor; manajer; *Partner*.

Abdolmohammadi dan Wrigth (1987) dalam Raghunathan, 1991 menginvestigasi pengaruh kompleksitas tugas atas pertimbangan auditor dalam berbagai tingkat pengalaman. Lebih lanjut ditemukan bahwa pertimbangan auditor yang tidak berpengalaman mempunyai tingkat kesalahan yang lebih besar dibandingkan auditor berpengalaman. Seorang auditor yang telah cukup mempunyai pengalaman audit, mungkin tidak akan mempunyai pandangan yang sama terhadap kasus yang dihadapi, dibandingkan dengan seorang auditor pemula yang belum mempunyai cukup pengalaman.

Penelitian tentang tingkat jabatan yang berhubungan dengan tindakan *premature sign-off of audit procedure* yang telah dilakukan oleh Raghunathan (1991) menemukan bahwa audit senior lebih sering untuk melakukan tindakan *premature sign-off*. Sementara penelitian Shapeero. *et al.*, (2003) menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat jabatan yang dimiliki oleh seorang auditor lebih memungkinkan terjadinya tindakan *premature sign-off of audit procedure*.

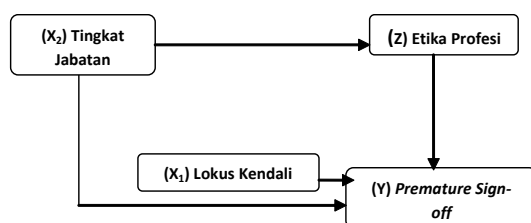
Akuntan publik diharuskan menjunjung tinggi etika profesi sehingga memberikan sebuah kepercayaan kepada masyarakat umum dan mendorong kesadaran akan tanggungjawab akuntan publik dalam transparansi pelaporan. Perilaku sesuai etika ini dipengaruhi juga oleh pihak lain sebagai seorang individu dalam lingkungan profesional. Penelitian Shapeero *et al.*,

(2003) menunjukkan bahwa etika profesi memiliki dampak negatif terhadap tindakan *premature sign-off*. Semakin tinggi pemahaman dan komitmen seorang auditor terhadap etika profesi maka akan menekan terjadinya tindakan *premature sign-off*. Sehingga hipotesa yang diambil sebagai berikut:

H2: Tingkat jabatan berpengaruh negatif terhadap tindakan *premature sign off*.

H3: Tingkat Jabatan berpengaruh positif terhadap etika profesi

H4: Etika profesi berpengaruh negatif terhadap tindakan *premature sign off*.



METODE PENELITIAN

Data penelitian yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari sampel penelitian. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh auditor yang bekerja di Kantor Akuntan Publik (KAP) se Jawa Tengah. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *convinient*, hal ini dilakukan karena jumlah populasi auditor pada KAP di Jawa Tengah tidak dapat diketahui dengan pasti.

Variabel independen (variabel eksogen)

1. Locus Kendali (*Locus of Control*) (X_1)

Dalam penelitian ini locus kendali internal didefinisikan sebagai keyakinan akan seseorang bahwa perilaku dan tindakannya, memberikan sebuah dampak pada kehidupannya atau dengan kata lain

setiap orang memiliki kemampuan atas pengendalian takdir. Sedangkan locus kendali eksternal merupakan situasi dimana seorang individu meyakini bahwa kepercayaan, kesempatan, keberuntungan, nasib, atau orang lain merupakan faktor penentu utama bagi berbagai hal yang terjadi pada dirinya (Ghozali, 2006).

Adapun untuk mengukur locus kendali pada auditor di Jawa Tengah digunakan indikator Spector (1988) dalam Donnelly et.al (2003). Tiap responden diminta untuk mengidentifikasi hubungan antara hasil akhir berupa penghargaan dan penyebabnya. Instrumen yang digunakan untuk mengukur locus kendali terdiri dari 16 item pernyataan. Masing-masing item pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan Skala Likert 5 poin.

2. Tingkat Jabatan (*Job level*) (X_2)

Tingkat jabatan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkatan atau ranking yang dimiliki seorang auditor dalam sebuah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang secara spesifik diukur berdasar pada rentang waktu dan pengalaman yang milikinya tersebut (Shaperoo et al, 2003).

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat jabatan adalah sebagai berikut : (a)Lama bekerja, (b)Pelatihan, (c) Profesionalitas. Instrumen yang digunakan untuk mengukur pengalaman terdiri dari 7 item pernyataan dalam Nugraheny, Rhizkika (2008). Masing-masing item pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan Skala Likert 5 poin, dimana semakin mengarah ke poin 1 menunjukkan bahwa tingkat jabatan yang dimiliki auditor rendah dan semakin mengarah ke poin 5 menggambarkan bahwa pengalaman auditor tinggi.

Variabel dependen (variabel endogen)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel endogen yaitu:

1. *Premature sign-off of audit procedure* (Y)

Premature sign-off of audit procedure adalah dihentikannya langkah-langkah dalam audit program sehingga satu atau lebih dari prosedur audit tidak dilengkapi (Raghuatan, 1991).

Instrumen yang digunakan untuk mengukur besarnya frekuensi tindakan premature sign-off yang dilakukan selama proses audit terdiri dari 10 item pernyataan. Masing-masing item pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan Skala *Likert* 5 poin, dimana semakin mengarah ke poin 1 menunjukkan bahwa tindakan premature sign-off semakin tinggi selama proses audit berlangsung sedangkan semakin mengarah ke poin 5 menggambarkan bahwa semakin rendahnya tindakan premature sign-off yang dilakukan oleh auditor.

2. Etika Profesi (Z)

Pengukuran terhadap etika profesi menggunakan instrument milik Sihwahjoeni dan Gudono (2000) dalam Nugrahaningsih (2005) yang memfokuskan pada faktor-faktor substansi kode etik akuntan yang meliputi (1) kepribadian, (2) kecakapan pelaksanaan kode etik, (3) tanggung jawab, (4) pelaksanaan kode etik, (5) penafsiran dan penyempurnaan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur etika profesi yang dimiliki auditor terdiri dari 5 sub item pernyataan seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Masing-masing item pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan Skala *Likert* 5 poin, dimana semakin mengarah ke poin 1 menunjukkan bahwa etika profesi yang dimiliki oleh

auditor rendah dan semakin mengarah ke poin 5 menggambarkan bahwa etika profesi yang dimiliki oleh auditor tinggi.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS). Pemilihan metode PLS didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian ini terdapat empat variabel laten yang dibentuk dengan indikator releksif. Model refleksif mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest (Ghozali, 2006) sehingga diperlukan konfirmasi atas hubungan antar variabel laten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 90 kuesioner telah di sebar pada 12 KAP pada bulan Juni 2010, dan dari jumlah yang di tersebar tersebut telah terkumpul 75 kuesioner, jumlah inilah yang dapat dijadikan sampel pada penelitian ini

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Keterangan	Total	Presentase
1. Jenis Kelamin:		
a. Pria	31	41,33%
b. Wanita	44	58,67%
	75	100%
2. Tingkat Jabatan:		
a. Auditor Junior	48	64%
b. Auditor Senior	26	34,67%
c. Manager	0	0%
d. Patner	1	1,33%
	75	100%

3. Lama Kerja pada KAP:		
a. 1-2 tahun	53	70,67%
b. 3-4 tahun	16	21,3%
c. 5-6 tahun	5	6,67%
d. 7-8 tahun	1	1,3%
e. 9-10 tahun	0	0%
f. > 10 tahun	0	0%
	75	100%
4. Umur Responden:		
a. 21-25 tahun	44	58,67%
b. 26-30 tahun	21	28%
c. 31-35 tahun	9	12%
d. 36-40 tahun	0	0%
e. 41-45 tahun	0	0%
f. 46-50 tahun	0	0%
g. > 50 tahun	1	1,3%
	75	100%
5. Pendidikan Formal:		
a. S3	0	0%
b. S2	1	1,33%
c. S1	66	88%
d. D3	8	10,6%
	75	100%

Uji Validitas

Uji validitas terhadap 44 konstruk dalam penelitian ini menghasilkan 31 konstruk yang memiliki *loading factor* diatas 0.50. Tingkat Jabatan (TJ) semula memiliki 7 konstruk menjadi 5 konstruk. Etika Profesi (EP) semula memiliki 19 konstruk menjadi 11 konstruk yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0.50, sementara *Premature Sign-off* (PMSO) memiliki 10 konstruk yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0.50 dan Lokus Kendali Internal (ILC) 8 konstruk menjadi 5 konstruk.

Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reabilitas ditunjukkan pada sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Construct	Composite Reability
TJ	0.814
EP	0.920
PMSO	0.959
ILC	0.829

Sumber: output PLS

Hasil pengujian pada table 2 menunjukan bahwa hasil *composite reability* untuk

masing-masing konstruk sangat baik berada di atas 0.80, hal ini menunjukan semua konstruk atau variabel penelitian ini sudah menjadi alat ukur yang *fit*, dan semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk adalah *reliable*.

Uji Outer Model atau Measurement Model Indikator Lokus Kendali Internal (ILC)

Hasil pengujian outer model terhadap Lokus Kendali Internal menunjukkan bahwa masih terdapat 3 konstruk yang nilai *loading factor*nya di bawah 0,05 sehingga 3 konstruk di drop dari model. Hasil pengujian ulang menunjukkan semua konstruk yang akan digunakan dalam model memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,05. Hasil perhitungan disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 3
Nilai Outer Loading (Measurement Model)
Variabel Lokus Kendali Internal (ILC)
(Drop1)

Indikator	Loading	t-Statistic	Standard Deviation
ILC			
LC1	0.602	4.031	0.149
LC2	0.694	6.531	0.106
LC3	0.801	17.421	0.046
LC4	0.753	11.920	0.063
LC7	0.645	4.590	0.141

Sumber: Output PLS

Uji Outer Model atau Measurement Model Indikator Tingkat Jabatan (TJ)

Berdasarkan hasil pengujian outer model terhadap indikator tingkat jabatan, menunjukkan bahwa dari 7 konstruk yang membentuk model indikator tingkat jabatan, terdapat 2 konstruk yang mempunyai

loading factor kurang dari 0,05 sehingga harus di drop. Untuk pengolahan lebih lanjut maka digunakan 5 konstruk yang memiliki nilai loading factor lebih dari 0,05 dan *t-statistic* yang signifikan pada $p < 0.01$. Berikut ini ringkasan hasil uji outer model pada indikator tingkat jabatan

Tabel 4
Nilai Outer Loading (Measurement Model)
Indikator Tingkat Jabatan (TJ)

Indikator	Loading	t-Statistic	Standard Deviation
TJ			
TJ3	0.815	9.488	0.086
TJ4	0.712	10.828	0.066
TJ5	0.545	4.984	0.109
TJ6	0.757	7.350	0.103
TJ7	0.564	3.989	0.141

Sumber: Output PLS

Uji Outer Model atau Measurement Model Indikator Etika Profesi (EP)

Tabel 5
Nilai Outer Loading (Measurement Model)
Indikator Etika Profesi (EP) (Drop1)

Indikator	Loading	t-Statistic	Standard Deviation
EP			
EP1	0.727	7.101	0.102
EP2	0.811	12.446	0.065
EP5	0.761	16.314	0.047
EP7	0.770	10.642	0.072
EP10	0.765	11.624	0.066
EP11	0.710	9.610	0.074
EP13	0.652	6.797	0.096
EP15	0.634	5.676	0.112
EP16	0.769	10.850	0.071
EP17	0.628	7.320	0.086
EP19	0.610	4.621	0.132

Sumber: Output PLS

Hasil pengujian outer model terhadap indikator etika profesi menunjukkan bahwa 11 indikator memiliki nilai loading factor

di atas 0,05 dan *t-statistic* yang signifikan pada $p < 0.01$, sedangkan 8 indikator memiliki nilai loading factor di bawah 0,05, sehingga indikator ini di drop dari model yang digunakan.

Hasil pengujian outer model terhadap indikator etika profesi pada tabel 5

Uji Outer Model atau Measurement Model *Premature Sign-off* (PMSO)

Hasil pengujian outer model terhadap model *premature sign off audit* menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai *loading factor* berada di atas 0.50 dan memiliki nilai *t-statistic* yang signifikan pada $p < 0.01$.

Tabel 6
Nilai Outer Loading (Measurement Model)
***Premature Sign-off* (PMSO)**

Indikator	Loading	t-Statistic	Standard Deviation
PMSO			
PA1	0.616	6.397	0.096
PA2	0.795	11.511	0.069
PA3	0.902	25.043	0.036
PA4	0.906	37.929	0.024
PA5	0.899	27.759	0.032
PA6	0.894	35.816	0.025
PA7	0.752	8.728	0.086
PA8	0.876	32.413	0.027
PA9	0.837	19.887	0.042
PA10	0.868	19.845	0.044

Sumber: Output PLS

Nilai *Discriminant Validity* untuk model ini dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, disajikan dalam table berikut ini

Tabel 7
Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

	<i>Average variance extracted</i> (AVE)
TJ	0.472
EP	0.512
PMSO	0.704
ILC	0.494

Sumber: Output PLS

Berdasarkan uji *diskriminan validity* nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *diskriminan validity* yang baik

Uji Inner Model

Model struktural di evaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi koefisien parameter jalur struktural

Tabel 8
Nilai *R-Square*

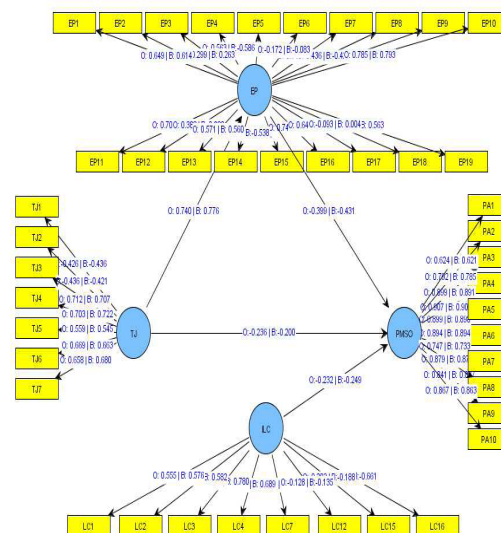
	<i>R-square</i>
TJ	
EP	0.456
PMSO	0.527
ILC	

Sumber: Output PLS

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa nilai *R-square* Etika Profesi (EP) dan *Premature Sign-off* (PMSO) masing-masing sebesar 0.456 dan 0.527. Nilai *R-square* sebesar 0.456 memiliki arti bahwa variabilitas konstruk Etika Profesi yang dapat di jelaskan oleh konstruk Tingkat Jabatan (TJ) sebesar 45,6%. Sementara Nilai *R-square* sebesar 0.527 berarti variabilitas konstruk *Premature Sign-off* (PMSO) dapat dijelaskan oleh konstruk Lokus Kendali Internal (ILC), Tingkat Jabatan (TJ) dan Etika Profesi (EP) sebesar 52,7%. Hasil pengujian ini merupakan hasil pengujian atas H1, H2, H3 dan H4. Semakin besar angka *R-square* menunjukkan semakin besar variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen sehingga semakin baik persamaan strukturalnya.

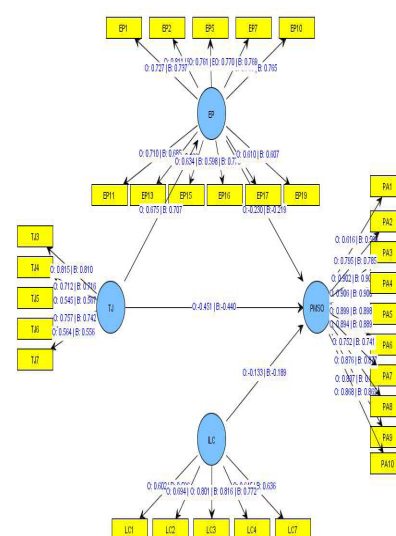
Pengujian Struktural Equation Model (SEM)

Pengujian Full model SEM dengan menggunakan smart PLS, memberikan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Full Model SEM

Berdasarkan hasil pengujian full model, masih terdapat beberapa indikator dengan nilai loading factor di bawah 0,05 sehingga dilakukan pengujian kembali dengan



Gambar 2. Full Model SEM (drop 1)

menggunakan indicator yang valid. Hasil pengujian kedua memperlihatkan pada gambar 2.

Pengujian Hipotesa

Tabel 9

Nilai *Inner Weight*

Variabel	<i>Original Sample Estimate</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>Standard Deviation</i>	Keputusan
ILC -> PMSO	-0.133	1.143	0.116	H1 ditolak
TJ -> PMSO	-0.451	3.490***	0.129	H2 diterima
TJ -> EP	0.675	8.051***	0.084	H3 diterima
EP -> PMSO	-0.230	1.940**	0.118	H4 diterima

Keterangan: *signifikan pada $p < 0.10$; ** $p < 0.05$;

*** $p < 0.01$

Sumber: Output PLS

Berdasarkan nilai *inner weight* sebagaimana ditunjukan tabel 9 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh negatif Lokus Kendali Internal (ILC) terhadap *Premature Sign-off* (PMSO) (H1)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Lokus Kendali Internal (ILC) tidak memiliki pengaruh terhadap *Premature Sign-off* (PMSO) dengan nilai koefisien parameter sebesar -0.133 dan nilai *t-statistic* sebesar 1.143. Nilai *t-statistic* tersebut berada dibawah nilai kritis ± 1.645 (*2-tailed*) dengan demikian H1 tidak dapat diterima. Penolakan terhadap hipotesis H1 mengindikasikan bahwa Internal Lokus Kendali tidak cukup memberikan pengaruh negatif terhadap adanya tindakan *Premature Sign-off*. Hal ini terjadi disebabkan karena auditor dengan lokus kendali yang tinggi tetap melakukan *premature sign off*, Hasil

ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Shaperero, et. al, 2003 yang menemukan bahwa lokus kendali internal tidak secara signifikan memiliki pengaruh negatif terhadap tindakan *premature sign-off*.

Fenomena yang muncul pada auditor yang menjadi sample dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mereka memiliki lokus of control yang tinggi tetapi tetap melakukan tindakan *premature sign off*, hal ini menjadi fenomena yang patut untuk dipertanyakan dalam riset mendatang, Berdasarkan deskripsi data, yang menunjukkan bahwa 70,67% dari sample adalah auditor dengan masa kerja 1-2 tahun, yang secara normative, auditor junior dengan masa kerja yang relative masih rendah cenderung lebih taat pada prosedur yang telah ditetapkan, serta bekerja dalam pengawasan auditor senior sehingga semua tindakan dalam proses audit mendasarkan pada prosedur audit yang telah ditetapkan.

2. Pengaruh negatif Tingkat Jabatan (TJ) terhadap *Premature Sign-off* (PMSO)

Uji hubungan konstruk sesuai dengan tabel diatas menunjukan bahwa konstruk Tingkat Jabatan (TJ) memiliki pengaruh negatif terhadap adanya tindakan *Premature Sign-off* (PMSO) dengan nilai koefisien parameter sebesar -0.451 dan nilai *t-statistic* sebesar 3.490 (signifikan pada $p < 0.01$). Dengan demikian H2 dapat diterima bahwa semakin tinggi tingkat jabatan yang dimiliki oleh auditor dapat menekan terjadinya tindakan *premature sign-off* selama proses audit berlangsung. Hal ini sesuai dengan penelitian Raghunathan, 1991 yang menemukan bahwa auditor pada tingkat jabatan yang

lebih tinggi mampu menekan terjadinya tindakan *premature sign-off* selama proses audit berlangsung. Tingkat jabatan dalam perusahaan (KAP) menunjukkan kekuatan, dimana ranking yang lebih tinggi berhubungan dengan tingkat profesionalisme yang semakin tinggi pula pada seorang auditor.

3. Pengaruh Positif Tingkat Jabatan (TJ) terhadap Etika Profesi (EP) (H3)

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa uji hubungan antara konstruk menunjukkan bahwa Tingkat Jabatan (TJ) berpengaruh positif terhadap Etika Profesi (EP) dengan nilai koefisien parameter sebesar 0.675 dan nilai *t-statistic* sebesar 0.675 (signifikan pada $p < 0.01$). H3 dapat diterima bahwa semakin tinggi tingkat jabatan yang dimiliki oleh auditor akan meningkatkan nilai etika profesi auditor. Hal ini disebabkan karena semakin tingginya tingkat jabatan auditor, maka semakin tinggi pemahamannya terhadap semua prosedur audit, sehingga perilaku auditor tersebut sesuai dengan etika profesi. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Shapeero et. al, 2003 yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat jabatan dalam Kantor Akuntan Publik (KAP) memiliki kemampuan yang semakin tinggi untuk memahami dan melaksanakan kode etik dalam menjalankan profesinya

4. Pengaruh negatif Etika Profesi (EP) terhadap *Premature Sign-off* (PMSO)

Merujuk pada hasil pengujian hubungan antar konstruk dapat dilihat bahwa Etika Profesi (EP) berpengaruh negatif terhadap tindakan *Premature Sign-off* (PMSO), dihasilkan nilai koefisien parameter

sebesar -0.230 dan nilai *t-statistic* sebesar 1.940 (signifikan pada ($p < 0.10$)). Dengan demikian H4 dapat diterima bahwa Etika Profesi yang tinggi dapat mencegah terjadinya tindakan *premature sign-off*. Seorang auditor yang memiliki etika yang tinggi, akan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam memutuskan setiap tindakannya atau perilakunya. Hal ini juga terjadi pada diri auditor saat auditor akan memutuskan apakah dia perlu mengurangi prosedur audit yang telah ditetapkan atau tidak, saat seorang auditor memiliki etika yang tinggi maka pengurangan terhadap prosedur audit menjadi minim.

Tingginya nilai Etika Profesi yang dimiliki oleh auditor dapat terlihat dari kepribadian, kecakapan profesional, tanggung jawab, pemahaman serta pelaksanaan kode etik profesi seorang auditor dalam menjalankan tugasnya.

Hasil full model SEM juga memberikan indikasi bahwa pengaruh langsung variable tingkat jabatan terhadap *premature sign off* lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tingkat jabatan terhadap *premature sign off* melalui variable etika profesi. Hal ini memberikan arah bahwa seorang auditor dengan tingkat jabatan yang lebih tinggi akan secara langsung mengurangi tindakan *premature sign off audit*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan yaitu Locus Kendali Internal (*Internal Locus of Control*) tidak berpengaruh negatif terhadap tindakan *premature sign-off of audit procedure*, tingkat jabatan berpengaruh

negatif terhadap tindakan *premature sign-off of audit procedur*; tingkat jabatan berpengaruh positif terhadap Etika Profesi, dan etika profesi berpengaruh terhadap *Premature Sign-off*.

Daftar Pustaka

Donnelly, *et al.*, (2000). *Attitudes Toward Dysfunctional audit Behavior: The effect Of Locus of Control, Organization Commitment, and Position. The Journal of Applied business research* Vol.19, no.1

Ghozali, Imam (2008). *Structural equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam dan Fuad (2005). *Structural equation Modeling Metode, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8,54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Malone, C. F dan R. W Roberts (1996). *Factor Associated with The Incidence of Reduced Audit Quality Behaviors*. Auditing: A Journal of Practice and Theory. Vol. 15, no. 2.

Messier, Glover, dan Prawit (2006). *Auditing & Assurance Servis: a Sistem Approach*. Jakarta: Salemba Empat.

Nugroho, Fajar Dwi (2008). *Pengaruh Time Pressure, Resiko Audit, locus of Kontrol dan Komitmen Profesi Terhadap Penghentian Prematur Atas prosedur Audit*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nugraheny, Rhizkika (2008). *Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Auditor terhadap Penghentian Prematur Prosedur Audit*. Skripsi Universitas Diponegoro.

Philip, *et al.*, (1997). *A Comparative examination of Auditor premature Sign-Offs using the Direct and Randomized Response Methods*. Auditing: A Journal of Practice and Theory.

Raghuathan, Bhanu (1991). *Premature Signing-Off of Audit Procedures: An Analysis*. Accounting Horizon, 1991

Sekaran, Uma (2007). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat

Shapeero, *etal.*, (2003). *Underreporting and Premature sign-off in Publik Accounting*. Managerial Auditing Journal.

Suryanita, *et al.*, (2006). *Penghentian Prematur atas Prosedur Audit*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.

Ulum, Akhmad Samsul (2005). *Pengaruh Orientasi Etika Terhadap Hubungan antara Time Pessure dengan Perilaku Premature Sign-off Prosedur Audit*. Jurnal Maksi Vol.2. no.2

Utaminingsih, Nanik Sri (2004). *Pengujian Nilai-nilai Personal Menurut Persepsi Akuntan Publik Berdasarkan Karakteristik Personal dan Hirarki*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol 11, no. 1

Peran Iklim Kerja Dan Kepemimpinan Memoderasi Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru

(Studi Kasus SMP Negeri se Kecamatan Kajen Pekalongan)

*(The role of the Working Climate and Headmaster Leadership Moderating Effect of
Job Satisfaction for Performance Teachers)*

Niti Setiasih

Yeye Susilowati

UNISBANK Semarang

SMP 2 Kajen Pekalongan

nitisetiasih@yahoo.com

yeye_susilowati@yahoo.co.id

Abstract

This research aims to analyze the role of the Working Climate and Headmaster Leadership Moderating Effect of Job Satisfaction of Performance state junior high school Teachers of Kajen district of Pekalongan Regency. In this research population of 107 people, while the sample was taken as many as 92 people as respondents with a purposive sampling method. Testing the hypothesis in this study using regression analysis. Results of the research can be summarized as follows: (i) Job Satisfaction does not have a positive and significant impact of teacher performance., (ii) Working Climate positive and significant impact of teacher performance, (iii) Headmaster leadership did not have a positive and significant impact on teacher performance, (iv) Working Climate is unknown moderating or not memoderate of Job Satisfaction influence for Teacher Performance, (v) Headmaster Leadership is unkwown moderating or not memoderate of Job Satisfaction for Teacher Performance.

Keywords: *Working Climate, Headmaster Leadership, Job Satisfaction and Teacher Performance.*

PENDAHULUAN

Keberhasilan guru dalam proses pembelajaran sangat ditentukan oleh kinerja guru sebagai pendidik. Untuk itu kinerja guru memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan pengajaran secara optimal. Mengingat pentingnya peranan kinerja guru, maka sekolah perlu meningkatkan kinerja guru agar tujuan pengajaran, visi dan misi sekolah dapat tercapai.

Berdasarkan kenyataan di lapangan menunjukkan kinerja guru khususnya guru SMP di Kabupaten Pekalongan belum memuaskan, yang diindikasikan dengan kekurangmampuan guru dalam membuat perencanaan pengajaran yang baik, kurang terampil menggunakan media pembelajaran, tidak berdasarkan model pembelajaran tertentu, kurang mengaktifkan siswa dalam belajar, sehingga kurang menimbulkan dan membangkitkan kemampuan berfikir siswa,

metode pembelajaran yang konvensional yang monolitik dan sebagainya. Hal tersebut terakumulasi pada rendahnya nilai kualitas proses dan hasil belajar siswa, yakni hasil nilai rata-rata ujian nasional SMP tahun pelajaran 2010/2011, Kabupaten Pekalongan menduduki peringkat ke-35 dari 35 kabupaten di Jawa Tengah. Gambaran kualitas Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs) di Kabupaten Pekalongan, terlihat dari angka kelulusan, dan jumlah guru yang layak mengajar, gambaran capaian angka kelulusan dan jumlah yang memenuhi kualifikasi serta rata-rata nilai UN terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Capaian Kinerja Dinas Pendidikan
Kab. Pekalongan

NO	URAIAN	CAPAIAN KINERJA TAHUN 2010
1	Angka Kelulusan	86,80 %
2	Guru yang memenuhi kualifikasi S1/D-IV	78,28 %
3	Pencapaian nilai rata-2 UN	6,04

(Sumber: Renstra Dindik Kab. Pekalongan 2011-2012)

Dari data tersebut terlihat, bahwa permasalahan pokok pembangunan pendidikan di Kabupaten Pekalongan antara lain belum optimalnya kinerja pendidik dan tenaga kependidikan dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya mengelola pembelajaran. Kinerja guru merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh guru dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Hamzah, 2010). Kinerja guru adalah tingkat profesional guru dalam proses belajar mengajar selama periode tertentu

yang diwujudkan melalui: (a) pedagogik. (b) kepribadian. (c) profesional (d) sosial (Depdiknas, 2010).

Untuk meningkatkan kinerja guru sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan sebagaimana yang diharapkan masyarakat bukanlah pekerjaan yang mudah. Dalam hal ini sejumlah aspek yang terkait baik yang melekat pada diri guru seperti: kepuasan kerja, moral, kemampuan, pengalaman, motivasi dan sebagainya, maupun yang berada di organisasi seperti iklim kerja, kepemimpinan kepala sekolah, kesejahteraan, kurikulum, sarana dan prasarana, perlu ditingkatkan. Tanpa mengurangi peranan masing-masing aspek tersebut, kiranya aspek kepuasan kerja, iklim kerja, dan kepemimpinan kepala sekolah, merupakan aspek penting dalam meningkatkan kinerja guru.

Penelitian-penelitian terdahulu seperti; Saraswati (2007) membuktikan bahwa kepuasan kerja mampu meningkatkan kinerja, sedangkan Tasnah (2007) membuktikan kepuasan kinerja tidak mampu mempengaruhi kinerja. Haryati (2010) membuktikan bahwa iklim kerja yang menyenangkan akan menjadi kunci pendorong guru untuk meningkatkan kinerja, sedangkan Cicilia (2010) membuktikan bahwa tidak ada pengaruh langsung yang signifikan antara iklim kerja di Sekolah terhadap kinerja guru. Jatmiko (2006) bahwa kepemimpinan kepala sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru, sedangkan Sumanto (2004) kepemimpinan kepala sekolah tidak berpengaruh terhadap kinerja guru. Berdasarkan riset gap di atas, maka Karena adanya perbedaan penelitian oleh beberapa

peelitian terdahulu maka penulis merasa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan pertanyaan penelitian: **“Bagaimana peran iklim kerja dan kepemimpinan kepala sekolah memoderasi kepuasan kerja terhadap kinerja guru”**

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1.Kinerja Guru

Kinerja guru adalah unjuk kerja yang terkait dengan pelaksanaan proses pembelajaran bagi guru mata pelajaran atau guru kelas. Kegiatan-kegiatan guru ini meliputi kegiatan merencanakan dan melaksanakan pembelajaran, mengevaluasi dan menilai, menganalisis hasil penilaian, dan melaksanakan tindak lanjut hasil penilaian (Depdiknas, 2010).

2.Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah sikap umum terhadap pekerjaan seseorang yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima karyawan dan jumlah yang mereka yakini seharusnya mereka terima (Robbins, 2009). Celluci dan De Vries (1978) dalam Fuad Mas'ud (2004) merumuskan dimensi-dimensi kepuasan kerja sebagai berikut : 1) Kepuasan pada tugas atau pekerjaan, 2) Kepuasan terhadap rekan kerja dan atasan, 3) Kepuasan terhadap lingkungan kerja, 4) Kepuasan terhadap sistem kerja, 5) Kesempatan terhadap insentif / gaji.

3.Iklim Kerja

Hoy dan Michael dalam Suwato (1999) mendeskripsikan iklim kerja di sekolah adalah seperangkat internal suatu sekolah yang membedakannya dengan sekolah lain, dan karakteristik itu akan mempengaruhi perilaku orang-orang yang ada di sekolah.

Iklim kerja di sekolah perlu diciptakan oleh pimpinan sekolah (kepala sekolah) agar suasana sekolah menjadi berpengaruh sehingga tercipta iklim kerja yang sejuk. Dalam penelitian ini dimensi iklim kerja digambarkan pada 1) suasana keakraban dalam kedinasan dan kekeluargaan, 2) persaingan, 3) ketertiban organisasi sekolah, 4) keamanan dan 5) tersedianya fasilitas serta 6) hubungan antara sekolah dengan orang tua siswa.

4.Kepemimpinan Kepala Sekolah

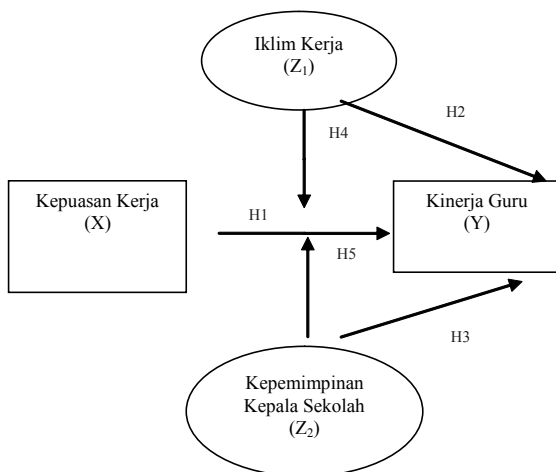
Menurut Hersey & Blanchard (1998) *“Leadership is the activity of influencing people to strive willingly for group objectives.”* Yang artinya: kepemimpinan merupakan aktivitas untuk mempengaruhi orang-orang untuk berjuang demi kepentingan bersama. Niron (2001) mengemukakan lima peranan kepala sekolah, yaitu sebagai manajer, pemimpin pengajaran dan supervisor, pencipta iklim kerja, sebagai administrator, dan sebagai koordinator kerjasama sekolah dengan orang tua siswa dan masyarakat. Dimensi-dimensi pada penelitian ini berdasarkan Permendiknasbnomor 13 tahun 2007, bahwa dimensi-dimensi kepemimpinan kepala sekolah yang dapat mempengaruhi kinerja guru tercermin dari kompetensi atau kemampuan yang harus dimilikinya yaitu: 1) kemampuan kepribadian, 2) kemampuan manajerial, 3) kemampuan kewirausahaan, 4) kemampuan supervisi, dan 5) kemampuan sosial.

5.Variabel Moderasi

Pada penelitian ini variabel iklim kerja dan kepemimpinan kepala sekolah merupakan variabel moderasi, sebab variabel tersebut diduga dapat memperkuat hubungan

antara kepuasan kerja terhadap kinerja guru. Menurut Ghozali (2011) variabel moderasi dapat dianggap sebagai bagian dari satu kelas variabel dan dalam ilmu sosial disebut dengan variabel spesifikasi. Variabel spesifikasi adalah variabel yang menspesifikasikan bentuk dan atau besarnya hubungan antara *predictor* (variabel independen) dan *criteria* (variabel dependen). Jadi variabel spesifikasi atau variabel moderator dapat dikembangkan dengan menggunakan dua dimensi atau karakteristik.

Gambar 1
Kerangka Model Empiris



Keterangan:

Y = Kinerja Guru

X = Kepuasan Kerja

Z₁ = Iklim Kerja

Z₂ = Kepemimpinan Kepala Sekolah

6. Pengembangan Hipotesis

H₁ Kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja guru SMP Negeri Se-Kecamatan KAJEN Kabupaten Pekalongan

H₂. Iklim Kerja berpengaruh positif terhadap kinerja guru

H₃. Kepemimpinan Kepala Sekolah berpengaruh positif terhadap kinerja guru

H₄. Iklim Kerja memoderasi pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja guru

H₅. Kepemimpinan Kepala Sekolah memoderasi pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja guru.

METODE PENELITIAN

1. Populasi, Sampel, Jenis Data

Populasi dalam penelitian ini adalah semua guru yang berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS) SMP Negeri se-Kecamatan KAJEN Kabupaten Pekalongan yang berjumlah 107 orang. Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria semua guru PNS SMP Negeri se-Kecamatan KAJEN Kabupaten Pekalongan, minimal bergolongan III dan telah menempuh Strata 1, yang berjumlah 92 orang. Jenis data primer dengan membagi kuesioner.

2. Pengujian Instrumen Penelitian Uji Validitas

Untuk pengujian validitas ini digunakan teknik analisis korelasi per item pertanyaan. Sedangkan untuk menguji tingkat validitas empiris instrument, maka instrument akan diuji cobakan terlebih dahulu pada sasaran dalam penelitian (*tryout instrument*). Setelah diadakan pengolahan dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 16. Jika dari indikator variabel memiliki nilai KMO > 0,5, maka dikatakan sampel telah memenuhi/kecukupan sampel dan jika memiliki nilai *loading factor* lebih besar > 0,4 dapat dikatakan indikator tersebut valid, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan dan kuesioner digunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi instrument penelitian. Suatu instrumen penelitian reliabel apabila pengujian tersebut menunjukkan $\alpha > 0,7$ (Ghozali, 2011).

Uji Normalitas

Normalitas dalam *statistik parametric* seperti regresi dan Anova merupakan syarat pertama. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Uji normalitas penelitian ini menggunakan *uji kolmogorov-smirnov*.

Uji Model**Koefisien Determinasi Adjusted R²**

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan semakin dominannya pengaruh variabel independen terhadap variasi variabel dependen, yang berarti bahwa model yang digunakan dalam penelitian semakin baik.

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara fit handal terhadap variabel dependent dengan membandingkan uji F hitung dengan uji F tabel dengan Sig < 0,05. Namun dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui fit atau tidak terhadap model yang digunakan, dikatakan fit jika Sig < 0,05.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tahap pengujiannya antara lain dengan menentukan formula *null hipotesis* yang akan diuji, menentukan t hitung, dengan keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$, diperoleh nilai t tabel kemudian dibandingkan dengan nilai t hitung yang digunakan untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Bila t hitung > dengan t tabel, maka Ho ditolak, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jenis moderasi pada penelitian ini adalah moderator semu (*quasi moderator*), yang berarti bahwa variabel moderasi (Z) berfungsi sebagai variabel independen dan sekaligus juga berinteraksi dengan variabel independen lainnya. Dengan persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X + b_2 Z_1 + b_3 Z_2 + b_4 XZ_1 + b_5 XZ_2 + e$$

Keterangan :

X = Kepuasan kerja

Z₁ = Iklim kerja

Z₂ = Kepemimpinan kepala sekolah

Y = Kinerja Guru

a = Konstanta pengaruh hubungan kepuasan kerja, iklim kerja, dan kepemimpinan kepala sekolah terhadap kinerja guru

b₁ = Koefisien pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja guru

b₂ = Koefisien pengaruh iklim kerja terhadap kinerja guru

b₃ = Koefisien pengaruh kepemimpinan kepala sekolah terhadap kinerja guru

b₄ = Koefisien pengaruh iklim kerja memperkuat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja guru

b_5 = Koefisien pengaruh kepemimpinan kepala sekolah memperkuat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja guru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang merupakan jawaban dari responden sebanyak 92 responden (sampel) yang merupakan obyek penelitian ini. Dalam penelitian ini identitas responden dapat diketahui melalui 5 (lima) indikator yang meliputi jenis kelamin, usia, golongan, pendidikan dan masa kerja. Gambaran responden dimaksudkan untuk mengetahui lebih jauh keadaan responden yaitu guru SMP Negeri se-Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan.

Hasil analisis data dengan menguji statistik diskriptif, baik untuk mendiskripsikan responden maupun instrumen, kemudian instrumen diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji validitas terdapat beberapa indikator dengan loading faktor < 4 dianggap tidak valid dan dikeluarkan yaitu 4 indikator kepuasan kerja, 6 indikator iklim kerja, 1 indikator kepemimpinan dan 1 indikator kinerja, kemudian dilanjutkan uji reliabilitas dengan kriteria cronbach alpha $> 0,7$ dan semua instrumen reliabel.

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kepuasan Kerja (X)	0,706	$> 0,7$	Reliabel
Iklim Kerja (Z1)	0,718	$> 0,7$	Reliabel
Kepemimpinan Kepala Sekolah (Z2)	0,706	$> 0,7$	Reliabel
Kinerja Guru (Y)	0,816	$> 0,7$	Reliabel

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp.Sig adalah sebesar 0.249 sehingga

dapat disimpulkan residual berdistribusi normal.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas-Non Parametrik KS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30556052
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.090
	Negative	-.107
Kolmogorov-Smirnov Z		1.020
Asymp. Sig. (2-tailed)		.249

Hasil uji model terdiri dari 1) koefisien determinasi menunjukkan hasil nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,447, artinya 44,7 % perubahan pada variabel dependen (Kinerja Guru) dapat dijelaskan oleh pengaruh perubahan dari variabel independen (Kepuasan Kerja, Iklim Kerja dan Kepemimpinan Kepala Sekolah). Sedangkan sisanya sebesar 55,3 % diterangkan oleh variabel lain diluar model penelitian ini. 2) uji F menunjukkan bahwa Kepuasan Kerja, Iklim Kerja dan Kepemimpinan Kepala Sekolah secara bersama-sama mempengaruhi kinerja guru.

Tabel 2
Hasil Uji Model
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.447	.32019

Lag1_Kepemimpinan, Rata2 Kepuasan Valid,
Rata2 Iklim Valid

Uji hipotesis menunjukkan bahwa hasil pengujian **hipotesis pertama ditolak** karena Kepuasan Kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kinerja Guru Tidak berpengaruhnya antara Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Guru terjadi karena meskipun sebagian guru sangat senang

terhadap pekerjaan yang dilakukan sehari-hari, namun sebagian yang lain ada guru yang merasa tidak puas karena penataan ruang ditempat bekerja yang tidak rapi dan teratur, lingkungan kerja yang kurang nyaman, sehingga guru tidak bisa melakukan pekerjaan dengan baik, serta tunjangan hari raya yang diberikan belum layak dan belum mampu memuaskan.

Pada hasil pengujian **hipotesis kedua ditolak**. Artinya Iklim Kerja berpengaruh negative tidak signifikan terhadap Kinerja Guru. Hubungan antara kepala sekolah, guru dan karyawan menunjukkan tidak terbina dengan baik sehingga tidak mampu membangun iklim kerja yang baik seperti terbentuknya kelompok kerja senior dan junior. Apalagi jika sekolah telah menjalin hubungan yang baik dengan orang tua di dalam peningkatan mutu pendidikan. Maka akan menjadi faktor pengganggu tercapainya prestasi kinerja guru.

kinerja guru lebih banyak disebabkan (i) karena Kepala sekolah dalam mengelola keuangan sekolah kurang sesuai dengan prinsip pengelolaan yang akuntabel, transparan, dan efisien dan (ii) Kepala sekolah kurang memiliki naluri kewirausahaan dalam mengelola kegiatan produksi/jasa sekolah sebagai sumber belajar peserta didik. Meskipun Kepala Sekolah kuat keinginannya untuk mengembangkan sekolah, terbuka dalam melaksanakan tugas pokoknya dan memiliki motivasi yang kuat untuk memimpin, tetapi jika masalah keuangan tidak akuntabel, transparan, dan efisien dan kurang mampu mengembangkan kewirausahaan, maka menyebabkan sekolah kurang optimalnya anggaran sekolah dan turunnya kinerja guru. Selain itu juga akan menyebabkan munculnya prasangka yang kurang baik yang mendorong merusak iklim kerja yang kondusif.

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20.584	9.453		2.178	.032
Rata2 Kepuasan Valid	-2.964	1.527	-.3.174	-1.942	.055
Rata2 Iklim Valid	-1.435	.981	-1.404	-1.463	.147
Interaksi Kepuasan dan Iklim	.343	.158	3.784	2.167	.033
Lag1_Kepemimpinan	-.907	1.135	-.943	-.799	.426
InteraksiLag1_Kepuasan dan kepemimpinan	.140	.183	1.356	.769	.444

Dependent Variable: Rata2 Kinerja

Hasil pengujian **hipotesis ketiga ditolak** menunjukkan bahwa Kepemimpinan Kepala Sekolah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Kinerja Guru. Dalam penelitian ini, pengaruh negatif kepemimpinan kepala sekolah terhadap

PENUTUP/ SIMPULAN

Kesimpulan

1. Kepuasan Kerja tidak berpengaruh terhadap Kinerja Guru.
2. Iklim Kerja berpengaruh tidak berpengaruh terhadap Kinerja Guru.

3. Kepemimpinan Kepala Sekolah tidak berpengaruh terhadap Kinerja Guru.
4. Iklim Kerja memoderasi pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Guru, karena terjadi multikolinieritas.
5. Kepemimpinan Kepala Sekolah tidak memoderasi pengaruh kepuasan kerja terhadap Kinerja Guru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Kepuasan Kerja belum mampu meningkatkan Kinerja Guru. Sehingga perlu upaya-upaya peningkatan Kepuasan Kerja.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian terletak pada data jawaban responden pada satu sekolah yang cenderung sama. Dalam uji variabel penelitian yang menggunakan data total *variable*, meskipun memoderasi tetapi ada yang sifatnya memperlemah variabel Kinerja Guru. Maka peneliti menggunakan data mean untuk melanjutkan hipotesis. Keterbatasan ini akan berdampak pada ketidaktepatan prediksi, karena sangat dimungkinkan akan mengganggu konsistensi hasil penelitian.

Rekomendasi

Dari hasil pengolahan data lanjutan, model penelitian yang menggunakan model mediasi dengan variabel Kepuasan Kerja sebagai variabel dependen pertama dan variabel Kinerja sebagai variabel dependen kedua, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan model mediasi sebagai model penelitian, serta sebaiknya ditambahkan variabel lain dalam model, sebab kemampuan menjelaskan pada penelitian ini rendah.

Daftar Pustaka

Anggraeni, C. (2010). *Pengaruh Kompetensi Guru dan Iklim Kerja di Sekolah terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Guru IPS di SMA/SMK/MA Se-Kota Batu*. Diambil dari: <http://hbis.wordpress.com/2012/02/27>. tanggal 27 Februari 2012.

Depdikbud. (2001). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.

Depdiknas. (2001). *Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Berbasis Sekolah (Buku 1)*. Jakarta : Depdiknas.

Depdiknas. (2010). *Pedoman Pelaksanaan Kinerja Guru*. Jakarta : Depdiknas.

Depdiknas. (2003). *Undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional*. Jakarta.

Depdiknas. (2007). *Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia nomor 13 tahun 2007 tentang standar kepala sekolah/madrasah*. Jakarta: Depdiknas

Emmi Nurlaila. (2002). *Gayakepemimpinan kepala sekolah dan kinerja guru di SLTP negeri Tenggarong Kalimantan Timur*. Tesis PPs UNY.

Endah Saraswati. (2007). *Pengaruh Empowerment, Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Guru dengan Komitmen Organisasi di SMP Negeri di Kabupaten Semarang*, Thesis (tidak diterbitkan) Semarang, Universitas Stikubank.

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hersey, P.& Blanchard, K (1998). *Management of organizational behavior utilizing human resources (5th ed)*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Hussein, M. (2008). *Organizational Comitment and Its Relationship to Perceived Leadership Style In an Islamic School In Large Urban Centre In Canada: Teacher's Perspectives*. Egypt: Al-azhar University.
- Jatmiko, Eko. (2006). *Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Sarana Prasarana terhadap Kinerja Guru SMP Negeri Kota Semarang*. Fokus Ekonomi Vol.1 No.2 Desember 2006: 19-30
- Niron,M. D. (2001). *Peran kepala sekolah dalam pengembangan kualitas kerja bagi guru dan karyawan sekolah* . Dinamika Pendidikan : Jurnal kependidikan FIPUNY no 2 th VIII November 97- 113
- Robbins, S, P. (2008). *Organizational Behaviour Concept, Controversiest, Applications, 6 ED*. Pretince Hall, Inc. New Jersey: Eaglewood.
- Sumanto. (2004). *Pengaruh Kemampuan Manajerial, Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru MTs Plupuh Kabupaten Sragen*. Yogyakarta: Tesis PPs UMS.
- Schein, E.G. (2009), *The Corporate Culture Survival Guide*, John Wiley & Sons, San Fransisco, CA
- Schoorman, F.D., R.C. Mayer, et al. (2007). *An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present and Future*, Academy of Management Review, 32 (2), 344-354

Impact Of Government Policy And Rationality Of The Smoker To The Cigarette Consumption In Indonesia

Noor Syaifudin

Fiscal Policy Office

Ministry of Finance of Republic of Indonesia

soib2000@yahoo.com

Abstract

Even though there is high need of the excise revenue from cigarette, but the government of Indonesia needs to take into account on the longer run effect of cigarette to the people. There are poverty, health and education issues relating with the cigarette consumption. Therefore, the government intervention can help people to curb the cigarette consumption. This study attempts to find the impact of the government policy through the excise tariff policy, and the rationality of the smoker to the cigarette consumption in Indonesia. This study recommends the government intervention in order to control the cigarette consumptions in Indonesia by pushing the cigarette price and making cigarette less affordable for less rationale smoker (the young and poor people). Secondly, the government can take an action in delimiting the access of cigarette advertising and educate people about the danger of cigarette to the people.

Keywords: cigarette consumptions, government policy, rationality of smoker.

INTRODUCTION

There are two issues when we are studying about cigarette industry in Indonesia. On one hand, the government need the excise revenue which has contributed significantly to the national budget. In 2008, the excise revenue was budgeted 45,7 trillion rupiahs or about 1% of GDP and in 2009, it was budgeted 54,4trillion rupiah or about 1% of GDP. Yet, on the other hand, it is a health and economic impacts of cigarette consumption in Indonesia. High mortality caused by the disease as the result of consuming cigarette, either direct or indirect, seems to be significant. At 2001 the estimation of death related with tobacco is 427,948 per year and the loss is 7.5 fold to the excise revenue or about Rp 127trillion. Therefore at 2005 the estimation is likely to increase

to be Rp 154.84trillion or equal to 5 fold of the excise revenue, meanwhile it was impacted the death of 399,800 people/year.

This study attempts to find the impact of the government policy through the excise tariff policy, and the rationality of the smoker to the cigarette consumption in Indonesia.

LITERATURE REVIEW

1. Direct and Indirect Tax Concept

According to Law No 28 yearly 2007 on General Stipulation and Tax Regulation (Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan – KUP), tax is defined as the statutory contribution to the state by individual or corporation, which has statutory enforcing power, with no direct return and will be

used under state purposes and the citizens prosperous. Boediono (2000) defined tax as the contribution of citizen to the state, statutory, enforceable, indirectly return, purposed to finance the government need in order to governing the government and can be used as medium to govern social economic aspects.

Generally, the tax is classified on direct and indirect tax. Based on its economic aspect, direct tax is tax which its burden cannot be forwarded to other people. For example is income tax. As reverse, indirect tax is tax which its burden can be forwarded to other people. The example is excise.

According to Suparmoko (1986) that generally, indirect tax has several advantages are as follow:

- a. As a state revenue source, indirect tax more stable in its yield compared to the result the direct tax;
- b. The citizen who has low income who mostly difficult to be imposed by direct tax, can be involved to contribute to the state revenue collection which is intended by the government;
- c. Low of the imposing cost;
- d. Simple in imposing practice thus less tax administrative;
- e. Referring to its purposes as one of the regulation means, the indirect taxes can be controlled by the government faster and relatively easy.

However, the indirect tax has disadvantages as well, such as:

- a. The tax burden can be shifted to other economic player by both forward shifting as well as backward shifting;
- b. As a tool to enhance the production level, indirect tax cannot or hard to give

direct impact to the related industry who has paid the tax.

The above are most commonly reasons of the developing countries tend to use the indirect tax as the main regular state revenue. But if the purpose of the government is to redistribute the income among the citizens, the direct tax will be more effective. In Indonesia, excise as one of the indirect tax is one of the most preferable among the other indirect taxes.

2. The Concept of Excise

The definition of excise as mentioned in Law No 39 yearly 2007 on the amendment of Law No 11 yearly 1995 on excise is the state levy which is imposed to the particular goods which has nature and characteristic, i.e.: its consumption need to control; its circulation need to supervise; its use ensuing a negative impact to community or environment; and its use needs to impose a state levy in purpose of justice and balance. Excise has a special characteristic which is different to another kind of taxes. And even though categorized as one of the indirect tax, excise still has its specialties. According Sijbren Cnossen (1997) those specialties are:

a. Selected coverage

The selected goods which can be imposed by excise are the goods which are mentioned by the excise law particularly. This is the most problematic in Indonesia case since in the diversification program of object of excise. In the Law on Excise, the selected goods which are imposed by excise are only for 3 (three) kinds of goods only, even though it is mentioned that in the initial philosophy has been

acknowledged on the possibility of diversification of the excised object.

b. Discrimination in its purposes

Excise is one of the most important indirect tax in several countries mostly in developing countries in terms of its total revenue. Yet, the imposing excise has also other purposes, such as:

- a) to control the consumption of particular goods which is beyond the community norms and healthcare, e.g.: cigarette and liquor;
- b) to be imposed on luxury goods by concerning its taxpaying capacity;
- c) to be imposed on vehicle as burden of the use of the road;
- d) to maintain the use of natural sources efficiently;
- e) excise on raw material to reduce the waste;

c. Quantitative in the investigation

In the imposing excise, the officer statutorily can conduct a physical supervision to ensure the compliance level of the subjects of the excised goods in this term is the private sectors.

The main philosophy of imposing excise according to OECD is to increase the revenue, to influence the consumer behaviour and utilize the market power to change the consumption pattern. According to those philosophy, most of OECD countries impose the excised goods on three items i.e. liquor, mineral oil and tobacco. In Indonesia, the excised goods consist of three goods which are liquor, ethyl alcohol and tobacco products or cigarette.

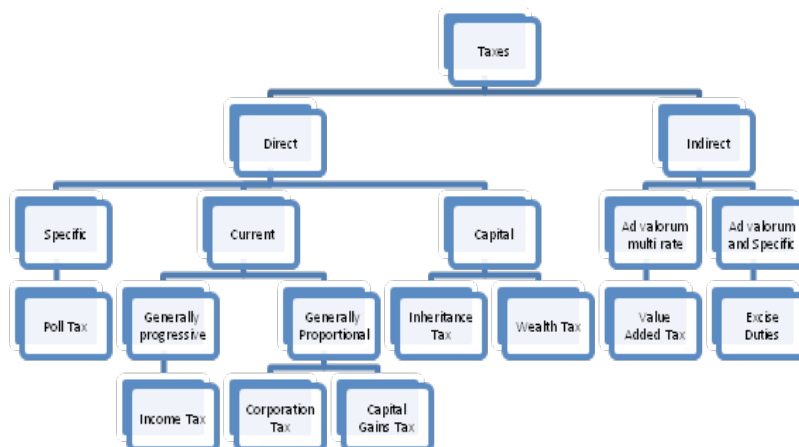


CHART 2

Classification of Some Important Taxes

Source: James, Simon., Nobes, Christopher., the Economics of Taxation: principles, policy and practice, Prentice Hall Europe, 1998, pp. 15

- f) to provide employment by imposing high excise to the capital goods which is potentially replacing the human labour;
- g) to finance research and trade promotion.

3. Advantages and disadvantages of Excise Methods

According to Yurekli (2006) there are choices in deciding which type of excise is better to the existing economy, specific and advalorum. There are advantages and

disadvantages of the types of excise.

a. Specific

Advantages:

a) Simplicity

- Tax liability easy to measure
- Taxes prepaid on sales

b) Health benefits

- External costs of smoking same for high and low price brands – tax rate should be the same

Disadvantages:

a) Revenues do not increase automatically with inflation

b) Encourages improving “quality” of cigarettes

c) Encourages substitution to (high-price) imported brands; or smuggled-tax free low-quality alternatives

d) Increases potential for tax avoidance and revenue loss if tax base set on characteristic of cigarettes (e.g. weight, content, size of cigarettes)

b. Advallorum

Advantages:

a) Tax liability Indexed to cigarette price inflation

b) Discourages substitution from low-price to high-price brands – and so generates higher revenues

c) Discourages investment in advertising to make smoking “glamorous”

Disadvantages:

a) Difficult to collect at retail points of sale

b) Creates potential for tax avoidance and revenue loss

c) Smaller health benefits than equivalent specific tax

Excise, Fiscal Policy Office and Ministry of Finance database. The literature study also applied to establish the relevant theory for the background of study and to meet the relevant regulations and data.

Then analysis based on the econometric model was applied to meet how the consumer’s ability to purchase a cigarette related to the variability of some variables. This ability to purchase is influenced of several factors such as price, income, taste, advertising etc. In this study, the Rational Models of Addictive Demand approach was applied.

Chaloupka et.al. devide alternative approaches to economic modelling of the demand for addictive substances on three models i.e. conventional approach, myopic models of addictive, and rational models of addictive demand.

The Conventional Approach is a model of the common demand model on a certain period. Myopic can be defined as the short distance vision, therefore the basic of the modelling is the behaviour of the cigarette consumption by minding in the short run. Unlike the conventional demand model, the myopic models of addictive also concerned that the decision to consume cigarette today is as the result of the previous consumption, however when they make their today’s decision, they do not mind their consumption in the future. On this model, the previous consumption influenced the current consumption due to the accumulation of the stock of the previous consumption.

Research method and design

Secondary data will be obtained from the Directorate General of Customs and

This model predicts that the price elasticity on the demand of the cigarette on the long

term will be higher than the price elasticity of the cigarette on short run on the absolute value. The demand of cigarette on the certain period was determined by the current period and the previous period variables

Different from the both models above, in Rational Models of Addictive Demand approach the current demand on cigarette is determined by factors on the current period, past period and future period.

The model can be depicted as the equation below:

$$C(t) = g[P(t), C(t-1), C(t+1), Y(t), Z(t)]$$

Where:

$C(t)$ = Cigarette consumption on period t

$P(t)$ = Current price of cigarette on period t

$C(t-1)$ = Cigarette consumption on period t-1

$C(t+1)$ = Cigarette consumption on period t+1

$Y(t)$ = income

$Z(t)$ = vector of variables reflecting tastes

ε_t = error term

$$\begin{aligned} \text{Ln}Ct = & -0.13284 + (0.0068) \text{LnGDP} - \\ & (0.00529) \text{Ln}P + (0.002855) \text{Ads} + \\ & (0.37493) \\ & (-0.75815) (0.562829*) \\ & (0.491765) \text{Ln}C1 + (0.51085) \text{Ln}C2 - \\ & (1.46094) \text{AR}(1) - (1.56285) \text{AR}(2) \\ & (20.36726***) \\ & (21.47265***) (-14.5412***) \\ & (-10.7182***) \\ & - (1.43195) \text{AR}(3) - (0.89934) \text{AR}(4) - \\ & (0.37339) \text{AR}(5) \\ & (-9.2092***) (-6.84257***) \\ & (-5.04135***) \end{aligned}$$

Where:

$C(t)$ = Cigarette consumption on period t, million sticks

GDP = income, quarterly GDP per capita (=2000)

$P(t)$ = Current price of cigarette on period t

Ads = dummy variable on government restriction on cigarette advertising since year 2000,

0 = no restriction, 1 = with restriction

$C(1)$ = Cigarette consumption on period t-1, million sticks

$C(2)$ = Cigarette consumption on period t+1, million sticks

$\text{AR}(t)$ = lag(t)

Findings and Analysis

The data was collected quarterly since 1998 to 2008. Results of the model show that all variables has expected sign except Ads and the adjusted R2 is 0.988007 and positive. Since there is autocorrelation between Log (C1) and Log (C2), therefore the variable AR was included in the model. In order to diminish the heteroskedasticity, the standard error and variances were treated. The equation of the demand of cigarette consumption is formulated as follows:

a. The impact of GDP to Cigarette Consumption

The regression findings show that GDP has a positive sign and affect consumption. The coefficient of GDP is 0.0068 but has no significances. The interpretation is that GDP improves cigarette consumption by 0.0068 percent in every 1% increase of GDP by holding other variables constant. The variable of Income which has positive

on the above model is accord to Yurekli (2008) on year 1970 to 2007 and Djutaharta (2002) on time series year 1970-2001.

From the income elasticity to demand of cigarette, the model resulted of 0.0068 percent, which means that every increase of 10 percent of income will increase the demand by 0.068 percent. This result shows that the increase of income will not give a significant effect to the percentage of the cigarette consumption.

b. The impact of Price to Cigarette Consumption

The government policy to control the cigarette consumption can be depicted by imposing excise tariff. In this model, the proxy of the excise tariff is cigarette price. This model applied administered price by government (minimum selling price) which is stipulated in the Minister Decree.

In this model, the price of cigarette variable has a negative impact to the cigarette consumption, by the increase of the price cigarette by 1 percent, therefore the cigarette consumption will diminished by **0.00529** percent.

Price Elasticity of consumption of the year 1998 to 2008 is 0.00529 which means for every increase in Price by 1 percent will reduce the cigarette consumption by 0.00529 percent. This elasticity is smaller than the result of Yurekli (2008) for 0.3 percent. From the above result, it is showed that the elasticity of price to cigarette consumption in Indonesia relatively low. As the result, it is understood that consumer in Indonesia does not too sensitive to the increase of cigarette price. In 2006, average

excise tariff in Indonesia is about 37% and according to Setyawati (2008) that if excise tariff is less than 65% therefore will not so effective in curbing the cigarette consumption.

The phenomenon of high consumption and willingness to pay of cigarette can be seen on its affordability. Based on study by University of Indonesia (2007), compared to the other ASEAN countries, the cigarette price in Indonesia is relatively lower. The highest price of cigarette in Indonesia is only higher than the Philippine and Vietnam and the lowest price of cigarette in Indonesia are only higher than Cambodia and Laos.

c. Impact of the Advertising Limitation to the Cigarette Consumption Demand

In this study, the advertising variable which is used is dummy variable of the government policy by introducing the cigarette advertising regulation. In the model, 1 is employed as the regulation of cigarette advertising limitation was stipulated, and 0 is assigned as the cigarette advertising limitation has not been stipulated. The regulation which is the Government Decree No 28 yearly 2000 which is limiting the show time to the cigarette advertising in television, as well as the labelling of the impact of cigarette consumption at the cigarette package. The result of the model shows unexpected sign which is positive sign and statistically insignificant. It is inferred that the policy to delimit the cigarette advertising has no impact in reducing the cigarette consumption. The result supports the previous study by Chaloupka and Warner (2000) that partial bans have little

impact on smoking behaviour, given that the tobacco industry can shift its resources from the banned media to those that are not banned.

The above finding can be explained by two reasons:

1. The inconsistency of the advertising limitation policy.

The change in the President of Indonesia impacted in the change to the regulation regarding cigarette. The cigarette as the product which has never been touched by the non tariff regulation was commenced to impose since the political reform in 1999. In 1999, the new government regulation was imposed with its main rules:

- The maximum tar level i.e. 20 mg/stick and Nicotine level of 1.5 mg/stick as follows:
 - Kretek Cigarette – Machine made - 2001
 - Kretek Cigarette – Hand made (Big Companies) - 2004
 - Kretek Cigarette – Hand made (Big Companies) - 2009
- Cigarette advertising was only allowed for printed media and outdoor
- The application of the health warning

Thus, in 2000, as the government was changed by the election, the government rule changed as well. At 2000, the new government rule imposed on several regulations as follows:
- Extend the transition period of the maximum tar and nicotine level:
 - White cigarette - 2002
 - Kretek Cigarette – Machine made - 2007
 - Kretek Cigarette – Handmade - 2010
- The advertising on TV was allowed with the time limitation from 21.30pm

to 05.00am.

Then, by the change in the government there was a change in the rule as well.

2. Minimum coverage of the limitation policy.

The decentralization also gave an impact to the regulation on local government regarding the cigarette. There were several regulations which are stipulated by the local government concerning the cigarette regulations. Those regulations can be mentioned below:

- i. Local Rule of Jakarta Province No.2/2005 on Air Quality Control on article 13 there was a regulation on no smoking area in the public area
- ii. Government rule No. 75/2005 on Prohibited to smoke Area. This rule concern on the non smoking area on the public service office.
- iii. City Head of Surabaya Rule No. 440/2005 on Non Smoking Area
- iv. Billboard Tax special on Cigarette and Alcohol in Bogor
- d. The impact of Rationality of the smoker to Cigarette Consumption

The Rational Models of Addictive Demand (Chaloupka et.al) approach reflects the dependence of current consumption decisions on past behaviour that characterizes the use of an addictive substance and also implies that the future implications of addictive consumption are considered when making current consumption decisions.

The model shows that the rationality of the smoker has positive sign and significant to the cigarette consumptions. The coefficient of consumption in the previous year is **0.491765**. The interpretation is that

consumption in the previous year improves cigarette consumption by **0.491765** percent in every 1% increase of consumption in the previous year by holding other variables constant. However, the consumption in the next year also gave the same result. The coefficient has a positive sign (expected sign) and significant. By holding other variables remain constant, the increase in the next year consumption by 1%, the current year consumption will increase by **0.51085** percent.

The above results follow Chaloupka et.al. that:

1. Good is defined as addictive if increase in past consumption raises current consumption, and
2. The future implications of addictive consumption are considered when making current consumption decisions.

There are issues regarding the above findings:

- a. The prevalence of smoking.

The result supports the data by government. Based on data on the economic census by Central Statistic Agency of Indonesia, the prevalence of smoking is increasing. In 1995 there was 53.4% of male with age more than 15 years old are regular smoker and 1.7% of female are smoker. The data shows that the trend is higher in 2001 and 2004. In 2001, 62.2% of male with age more than 15 years old are regular smoker or increased by 9% yet the female regular smoker seems to decline to be 1.3%. However in 2004, 63.1% of adult male are smoking regularly and the high increase in female regular smoker to be 4.5%. The economic census illustrated that the initial smoking age mostly in the 15 – 19 years old

group. In 1995, 54.5% of the initial smoking group age is 15 – 19 years old, meanwhile in 2001 is 58.9% and in 2004 is 63.7%. The initial smoking age of 15 – 19 years old is increased means that the young smokers are the most targeted of cigarette marketing as they are less informed about the effect of cigarette consumption. Moreover, the young smokers are the targeted of the cigarette marketing due to the potential long period of cigarette consumption by its addicted content in cigarette.

- b. The poverty and education issue.

The cigarette consumption is likely to be the important expenditure for family in Indonesia. The tendency to expend more for tobacco is described as follow:

In 1995, the cigarette consumption was only taking 6.4% of the monthly expenditure for the poor, yet in 2005 it was increasing to be 12.5% of the monthly expenditure. On the other side, the cigarette consumption is only 4.9% monthly expenditure of the rich and to be 9.7% in 2004, however in 2005 it declined to be 9.3% only. It can be inferred that the cigarette consumption is increased by years or the ability to pay of the family in Indonesia is decreasing. Based on the study by WHO (2006), the percentage of the cigarette consumption in several districts in Indonesia in 2006 was higher than the percentage of the consumption of health and education.

The above situation describes how the cigarette consumption can be potentially the problem in health and education for Indonesia in the long run. The lower budget for education and health can reduce the competitiveness of the people of Indonesia.

POLICY IMPLICATIONS

Based on the findings, this study concluded as follows:

1. There are issues about the health, poverty and education on cigarette consumption. Therefore, in order to curb the cigarette consumption, the government intervention is needed. The intervention can be imposed by pushing the cigarette price and make cigarette less affordable for the young (less rationale) and poor people.
2. The other intervention can be conducted by delimiting the access of cigarette advertising and provide a policy to educate people on the hazard of cigarette, mostly to the poor and young.

References

- Adioetomo, Sri Moertiningsih, Triasih Djutaharta, and Hendratno.(2005). Cigarette Consumption, Taxation, and Household Income: Indonesia Case Study. *Economics of Tobacco Control Paper No. 26*: 1-31.
- Barber, Sarah, Sri Moertiningsih Adioetomo, Abdillah Ahsan, and Diahadi Setyonaluri.(2008). Ekonomi Tembakau di Indonesia. Depok: Lembaga Demografi: Universitas Indonesia.
- Boediono. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Diadit Media, 2000.
- Chaloupka, Frank J., Grossman, Michael, Tauras, John A.(1996). Public Policy and Youth Smokeless Tobacco use. *National Bureau of Economic Research*.
- Cnossen, Sijbren. (1983). Comparative Tax Studies: Essays in Honor of Richard Goode” Rotterdam: North-Holland Publishing Company.
- .(1977). Excise System: A Global Study of The Selective Taxation of Goods and Services. Maryland: The John Hopkins University Press.
- Suparmoko. *Keuangan Negara dalam Teori dan Praktek*. Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Yurekli, Ayda. Design and Administer Tobacco Taxes. World Bank Economics of Tobacco Toolkit.

Bisnis Makanan Dan Minuman Masih Memikat: Analisis Harga Saham Industri Food And Beverages Di Bursa Efek Indonesia

Nugroho J. Setiadi

Nadya Novianti Cahyaningsih

Dewi Tresna Lestari

**Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama
Politeknik Pos Indonesia**

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama

nugroho.setiadi@widyatama.ac.id

nadyanovianticahyaningsih@gmail.com

dewi.tresna@widyatama.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan fakta empiris perkembangan harga saham untuk industri food and beverage di Bursa Efek Indonesia. Metode yang digunakan berdasarkan analisis fundamental untuk menganalisis secara empiris data keuangan yang terfokus pada aspek profitabilitas dari 16 perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil temuan empiris memperlihatkan bahwa secara parsial return on investment (ROI) justru berpengaruh negatif terhadap harga saham. Sedangkan earning per share (EPS) berpengaruh positif secara signifikan terhadap harga saham, namun price earning ratio (PER) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Secara simultan, ketiga factor tersebut berkontribusi sebesar 87,5% terhadap naik-turunnya perkembangan harga saham. Hal yang menarik dari kajian ini adalah ketika krisis keuangan yang membelit seluruh dunia, industri food and beverage di Indonesia masih tetap tumbuh perkasa, bahkan diprediksi menjadi industri yang paling menjanjikan.

Kata kunci : ROI, EPS, PER, Harga saham, Bisnis makanan dan minuman

PENDAHULUAN

Pasar modal menciptakan kesempatan pada masyarakat untuk berpartisipasi dalam perkembangan suatu perekonomian (Sunariyah, 2004). Dengan keberadaan pasar modal, para calon investor lebih mudah mencari tempat untuk berinvestasi dan perusahaan (emiten) lebih mudah mendapatkan dana dari masyarakat sehingga dapat menciptakan kesempatan kerja yang

luas dan meningkatkan pendapatan pajak bagi pemerintah. Dana tersebut diperoleh oleh perusahaan melalui pasar perdana dengan melakukan aktivitas *initial public offering* atau penawaran umum saham untuk pertama kalinya (Sunariyah, 2004) maupun *seasoned new issues* atau penjualan saham pada masyarakat setelah perusahaan *going public* (Hartono, 2003). Saham tersebut untuk selanjutnya diperdagangkan

di pasar sekunder. Dalam pasar ini harga saham ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran (Sunariyah, 2004). Harga yang melekat pada saham menjelaskan mengenai pengetahuan, harapan, ataupun kekuatiran investor (Pring, 1993). Kondisi perubahan volume terhadap harga ini merupakan kerangka kerja dari analisis teknikal. Selain analisis teknikal, masih terdapat sebuah analisis yang lain untuk menjelaskan pembentukan harga, yaitu analisis fundamental. Analisis ini mendasarkan pada keyakinan bahwa harga dipengaruhi oleh kekuatan dari faktor fundamental perusahaan (Sari, 2004). Dengan asumsi para pelaku pasar bersikap rasional maka aspek fundamental menjadi dasar penilaian yang utama bagi seorang fundamentalis.

Laba per lembar saham (EPS) dan rasio harga terhadap laba (PER) merupakan dua komponen utama dalam analisis fundamental pada level perusahaan (Tandelilin, 2001). EPS dapat digunakan untuk menganalisis profitabilitas suatu saham (Hanafi dan Halim, 2000) sementara PER memberikan informasi mengenai mahal tidaknya harga saham (Salim, 2003). Calon pemodal (pembeli saham) akan lebih berkepentingan dengan prospek profitabilitas yang merupakan salah satu aspek penting yang dinilai oleh kalangan investor setelah melakukan pembelian saham. Hal ini dilandasi pemikiran bahwa mereka mengharapkan untuk memperoleh manfaat yang lebih besar dari pada apa yang dibayarkan pada saat membeli saham. *Return On Investment* (ROI) digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Semakin tinggi ROI berarti kinerja keuangan semakin baik dan keuntungan juga semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan biasanya harga saham akan meningkat.

Penelitian ini berfokus pada topik ROI, EPS dan PER sektor industri *food and beverage* mengingat saat ini industri *food and beverage* telah menjadi tren yang sangat berkembang di berbagai kota di Indonesia dan kegairahan para pelaku industri *food and beverage* semakin bertambah. Di tengah krisis keuangan yang membelit seluruh dunia, industri *food and beverage* masih tetap tumbuh perkasa, bahkan diprediksi menjadi industri yang paling menjanjikan. Hasil riset Nielsen Indonesia sejak tahun 2002 menyebutkan bahwa bisnis makanan dan minuman selalu tambah dua digit. Bahkan, ketika di tahun 2008 disaat situasi ekonomi sedang menurun akibat krisis global, bisnis makanan dan minuman masih meningkat. Di tahun 2009 kegairahan para pelaku industri makanan dan minuman semakin bertambah dikarenakan adanya kebijakan pembatasan impor untuk produk makanan yang mulai diberlakukan 1 Februari 2009 yang dapat membuka peluang tambahan bagi pelaku industri makanan dan minuman domestik. Hal ini menunjukkan industri makanan dan minuman saat ini telah mengalami perkembangan pesat.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh ROI, EPS dan PER terhadap harga saham sektor industri *food and beverages* yang listing di Bursa Efek Indonesia, serta faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi harga saham pada sektor

industri food and beverages? Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain: 1) Sebagai informasi dan bahan masukan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal yang berkaitan dengan sektor industri food and beverages. 2) Sebagai referensi untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan diskusi maupun informasi tambahan untuk peneliti selanjutnya yang tertarik mengenai topik yang berhubungan dengan faktor-faktor fundamental, seperti ROI dan harga saham.

LITERATUR REVIEW

Perubahan harga saham di bursa atau di pasar sekunder dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu faktor fundamental. Menurut Shahrir (1995) faktor fundamental perusahaan adalah informasi yang berkenaan dengan kondisi internal perusahaan. Diantara faktor fundamental tersebut adalah *Return On Investment* (ROI), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Earning Per Share* (EPS). ROI merupakan rasio antara *earning after tax* terhadap *total assets*. ROI menunjukkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan. Rasio ini menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang di gunakan untuk menghasilkan keuntungan tersebut. ROI diperoleh dengan cara membandingkan laba setelah pajak (*Net Income After Tax* = NIAT) terhadap total aktiva (*Assets*). ROI yang semakin tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang semakin baik dan para investor akan memperoleh keuntungan dari deviden yang

di terima semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya deviden yang akan diterima oleh para pemegang saham dapat menjadi daya tarik bagi investor maupun calon investor untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan tersebut. Dengan semakin besarnya daya tarik tersebut maka semakin banyak investor yang menginginkan saham perusahaan tersebut dan akan berdampak pada kenaikan harga saham.

Menurut Aldino (2010) dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada PT. Indosat Tbk. Periode 2007-2009, menyebutkan bahwa ROI memiliki hubungan yang kuat dan searah terhadap harga saham yang signifikan. ROI memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan bersih yang merupakan hak bagi para pemegang saham. *Return On Investment* (ROI) yang tinggi dapat mencerminkan semakin baiknya keadaan suatu perusahaan. Keadaan perusahaan yang semakin baik dapat menarik investor untuk melakukan kegiatan investasi.

Keadaan suatu perusahaan selain diukur menggunakan ROI, juga dapat diukur menggunakan *Earning Per Share* (EPS). EPS (*Earning Per Share*) / pendapatan per lembar saham menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa. EPS dapat diperoleh dengan membagi laba bersih perusahaan dengan jumlah saham beredar. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba per lembar saham merupakan indikator fundamental

keuangan perusahaan yang sering kali di pakai acuan untuk mengambil keputusan investasi dalam saham. Apabila EPS meningkat maka laba perusahaan semakin besar dan berdampak terhadap keuntungan yang akan diperoleh investor semakin besar. Dengan tingkat keuntungan yang semakin meningkat maka investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan. Namun, sebaliknya apabila EPS menurun maka laba yang akan diperoleh investor akan semakin kecil dan berdampak permintaan akan saham perusahaan turun yang akan berakibat harga saham juga akan turun.

Sesuai dengan promisi yang disebutkan di atas, perusahaan yang menghasilkan *earning* yang tinggi tentu saja akan disukai oleh investor karena hal itu menunjukkan besarnya bagian keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmalasari (2009) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Emiten LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008, dimana *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham. Sedangkan untuk rasio keuangan yang terdiri dari ROI dan EPS mempunyai pengaruh secara simultan terhadap harga saham.

PER (*Price Earning Ratio*) digunakan untuk memprediksi kemampuan perusahaan menghasilkan laba dimasa depan dari suatu perusahaan. PER merupakan perbandingan harga saham dengan laba per lembar saham yang kemudian menjadi ukuran penting yang menjadi landasan pertimbangan seorang investor membeli

saham sebuah perusahaan. Hal umum yang dilakukan adalah menjadikan rasio *price earning* sebagai pembanding untuk menilai pertumbuhan suatu perusahaan. Artinya, pertumbuhan suatu perusahaan dinilai tinggi jika rasio *price earning* perusahaan tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan rasio *price earning* perusahaan dalam industri yang sejenis. Investor dapat memilah-milah nilai saham mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar dimasa mendatang.

Saptadi (2007) melakukan penelitian yang menguji prediksi hipotesis pengaruh *Return On Investment* (ROI), *Price Earning Ratio* (PER), dan *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham. Hasil temuannya menunjukkan bahwa secara parsial variabel ROI berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Sedangkan secara simultan atau bersama-sama variabel ROI dan EPS berpengaruh terhadap harga saham dengan mengambil sampel sebanyak 38 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) tahun 2001-2003.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka pada bagian ini diajukan beberapa hipotesis untuk diuji. Harga saham merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan perusahaan. Semakin baik prestasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, maka akan meningkatkan permintaan saham tersebut, sehingga pada gilirannya akan meningkatkan pula harga saham perusahaan. Dengan meningkatnya harga saham meningkat pula nilai perusahaan yang berarti meningkat pula kemakmuran pemegang saham. Tinggi rendahnya harga saham banyak

dipengaruhi oleh kondisi perusahaan itu sendiri. Terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan, yaitu *Return On Investment* (ROI) dan *Earning Per Share* (EPS). Demikian seperti dikatakan Saptadi (2007) dalam penelitiannya yang menguji prediksi hipotesis pengaruh ROI, EPS dan PER terhadap harga saham. Bahwa ROI, EPS dan PER berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap harga saham. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *ROI, EPS, dan PER berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham*

Menurut Aldino (2010) dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada PT. Indosat Tbk. Periode 2007-2009, bahwa ROI memiliki hubungan yang kuat dan searah terhadap harga saham yang signifikan. ROI memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan bersih yang merupakan hak bagi para pemegang saham. ROI yang tinggi dapat mencerminkan semakin baiknya keadaan suatu perusahaan. Keadaan perusahaan yang semakin baik dapat menarik investor untuk melakukan kegiatan investasi. Seperti dikatakan Nurmalasari Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H2a : *ROI berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham*

Keadaan suatu perusahaan juga dapat

diukur menggunakan *Earning Per Share* (EPS). EPS menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan dalam menjalankan operasi perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan *earning* yang tinggi tentu saja akan disukai oleh investor karena hal itu menunjukkan besarnya bagian keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmalasari (2009) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Emiten LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008, dimana *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham. Seperti dikatakan Nurmalasari (2009) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Emiten LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008, dimana *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh secara parsial terhadap harga saham. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

H2b : *EPS berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham*

Price Earning Ratio (PER) digunakan oleh para investor untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Kegunaan dari PER adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh EPSnya (Ang, 1997). Investor dapat mempertimbangkan rasio ini untuk memilah-milah saham mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar

dimasa mendatang. PER menunjukkan hubungan antara harga pasar saham biasa dengan *earning per share*. Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan yang tinggi biasanya mempunyai PER yang tinggi, demikian pula sebaliknya perusahaan dengan pertumbuhan yang rendah memiliki PER yang kecil atau rendah. PER tidak mempunyai makna apabila perusahaan mempunyai laba yang sangat rendah (*abnormal*) atau bahkan negatif. Dalam keadaan ini PER perusahaan akan begitu tinggi (*abnormal*) atau bahkan negatif.

PER merupakan bagian dari rasio pasar dimana sudut pandang rasio ini lebih banyak dari sudut pandang investor dan juga merupakan ukuran untuk menentukan bagaimana pasar memberi nilai atau harga pada saham suatu perusahaan. Keinginan investor untuk melakukan analisis suatu saham melalui rasio-rasio keuangan seperti PER disebabkan adanya keinginan investor atau calon investor akan saham perusahaan tersebut. Adapun kegunaan rasio ini adalah: 1) menentukan nilai pasar saham yang diharapkan, 2) menentukan nilai pasar saham dimasa yang akan datang. Menurut Husnan (1998) secara fundamental rasio ini diperhatikan oleh investor dalam memilih saham karena perusahaan yang mempunyai nilai PER yang tinggi menunjukkan nilai pasar yang tinggi pula atas saham tersebut, sehingga saham tersebut akan diminati oleh investor dan hal ini pada akhirnya akan berdampak pada kenaikan harga saham sebaliknya apabila perusahaan mempunyai PER yang rendah menunjukkan nilai pasar yang rendah sehingga akan berdampak terhadap penurunan harga saham. Seperti dikatakan Rissa (2007) dalam jurnalnya

yang berjudul “Dampak *Earning Per Share* (EPS) dan *Price Earning Ratio* (PER) Terhadap Harga Saham PT. MEDCO ENERGI CORPORATION Tbk.” bahwa terdapat hubungan yang positif antara PER dengan harga saham, semakin naik PER semakin meningkat harga saham. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat diajukan pada penelitian ini adalah :

H2c : *PER berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham*

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan

Penelitian dilakukan dengan analisis verifikatif. Analisis verifikatif dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis. Hipotesis yang digunakan adalah hipotesis kausal. Hipotesis kausal merupakan hipotesis yang menyatakan hubungan satu variabel yang menyebabkan perubahan variabel lainnya.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Sekaran (2003) menyatakan variabel sebagai sesuatu yang dapat membedakan nilai. Nilai dapat berbeda dalam waktu yang berbeda untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda. Berikut ini adalah variabel yang digunakan:

1. ROI (X1) merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih aktiva dalam operasional perusahaan.
2. EPS (X2) merupakan nilai rasio laba per

- lembar saham masing-masing emiten pada akhir tahun.
3. PER (X3) merupakan nilai rasio harga terhadap laba per lembar saham masing-masing emiten pada akhir tahun.
 4. Harga saham (Y) merupakan harga penutupan (*closing price*) masing-masing emiten pada akhir tahun.

Sampel Perusahaan yang dianalisis

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2009 yang memiliki laporan keuangan yang lengkap dan dipublikasikan. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Seperti perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian yaitu tahun 2005 sampai dengan 2009. Meskipun terdapat 19 populasi perusahaan *food and beverages*, namun hanya 16 sampel perusahaan yang dianalisis.

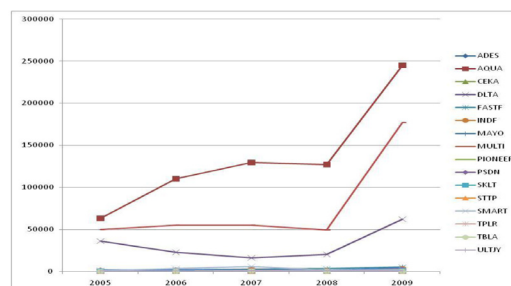
Analisis Data

Pola hubungan yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah pola hubungan yang mengisyaratkan terdapatnya pengaruh variabel bebas yaitu ROI (X1), EPS (X2), dan PER (X3) terhadap variabel terikat yaitu harga saham (Y). Untuk itu penulis menggunakan model regresi linier berganda dengan data *pooling*. *Pooling* data dapat digunakan ketika perusahaan yang menjadi sampel masih berada dalam satu industri yang sama.

HASIL PENELITIAN

Harga saham merupakan salah satu

indikator keberhasilan pengelolaan perusahaan. Pada prinsipnya semakin baik prestasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, maka akan meningkatkan permintaan saham tersebut, sehingga pada gilirannya akan meningkatkan pula harga saham perusahaan. Harga saham di pasar modal ditentukan oleh permintaan dan penawaran para investor terhadap harga saham. Harga saham akan mengalami perubahan (naik atau turun) dari satu waktu ke waktu lain. Perubahan harga tersebut tergantung pada kekuatan permintaan dan penawaran. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, harga akan cenderung naik. Sebaliknya jika terjadi kelebihan penawaran, harga saham cenderung turun. Berdasarkan tabel 1, diperoleh rata-rata tertinggi harga saham terjadi pada tahun 2009 yaitu sebesar 31.488 dan perusahaan yang berkontribusi paling besar terhadap harga saham pada tahun tersebut adalah PT. Aqua Golden Mississippi, Tbk., dimana perusahaan tersebut mengalami peningkatan sebesar 48,12% dari nilai harga saham pada tahun 2008 sebesar Rp. 127.000 menjadi Rp. 244.800. Sedangkan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2005 dan perusahaan yang berkontribusi paling rendah terhadap harga saham pada tahun tersebut adalah PT. Prasadha Aneka Niaga, Tbk



Gambar 1. Perkembangan Harga Saham Industri *Food and Beverages* yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2009

Tabel 1. Perkembangan Harga Saham Industri *Food and Beverages* yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005–2009 (Dalam Persentase)

NO	EMITEN	KODE	2005	2006	2007	2008	2009	MEAN
1	PT. Akasha Wira International, Tbk.	ADES	1660	1110	730	225	640	873
2	PT. Aqua Golden Mississippi, Tbk.	AQUA	63000	110000	129500	127000	244800	134860
3	PT. Cahaya Kalbar, Tbk.	CEKA	600	590	800	700	1490	836
4	PT. Delta Djakarta, Tbk.	DLTA	36000	22800	16000	20000	62000	31360
5	PT. Fast Food Indonesia, Tbk.	FASTF	1200	1820	2450	3100	5200	2754
6	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.	INDF	910	1350	2575	930	3550	1863
7	PT. Mayora Indah, Tbk.	MAYO	820	1620	1750	1140	4500	1966
8	PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk.	MULTI	50000	55000	55000	49500	177000	77300
9	PT. Pioneerindo Gourmet International, Tbk.	PIONEER	400	400	400	400	280	376
10	PT. Prasdha Aneka Niaga, Tbk.	PSDN	80	100	51	100	110	88,2
11	PT. Sekar Laut, Tbk.	SKLT	400	285	75	90	150	200
12	PT. Siantar TOP, Tbk.	STTP	150	210	370	150	250	226
13	PT. SMART, Tbk.	SMART	950	3650	6000	1700	2550	2970
14	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk.	TPLR	215	175	750	425	360	385
15	PT. Tunas Baru Lampung, Tbk.	TBLA	200	240	630	190	340	320
16	PT. Ultrajaya Milk, Tbk.	ULTJY	310	435	650	800	580	555
	Mean		9806	12487	13608	12903	31488	
	Max		63000	110000	129500	127000	244800	
	Min		80	100	51	90	110	

Gambar 1 memperlihatkan bahwa kecenderungan nilai harga saham dari perusahaan-perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI cenderung stabil kecuali beberapa perusahaan yang menunjukkan trend meningkat yaitu perusahaan PT. Aqua Golden Mississippi, Tbk., PT. Delta Djakarta, Tbk. dan PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. Dimana pada tahun 2009 PT. Aqua Golden Mississippi, Tbk. memiliki EPS tertinggi dari seluruh perusahaan *food and beverages* tersebut.

Analisis Regresi Berganda

Perhitungan statistik diawali dengan uji regresi berganda dimana persamaan regresi berganda antara ROI (X1), EPS (X2) dan PER (X3) dengan harga saham (Y) dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai R-square sebesar 0,875, yang berarti besarnya kontribusi ROI, EPS dan PER terhadap harga saham sebesar 87,5%, sedangkan sisanya sebesar 12,5%

dipengaruhi faktor lain. Untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara ROI, EPS dan PER terhadap harga saham, maka perlu dilakukan pengujian secara simultan/uji statistik F. Dimana hasilnya dapat diperoleh pada tabel 3.

terhadap variabel Y dalam penelitian ini ialah variabel PER.

Variabel ROI menunjukkan hasil yang signifikan namun negatif, ini berarti bahwa ROI berpengaruh terhadap harga saham tetapi secara berlawanan arah. Artinya

Tabel 2. Hasil Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	312,301	74,696		4,181	,000
	ROI	-27,968	8,983	-,173	-3,113	,003
	EPS	11,167	,609	1,017	18,334	,000
	PER	-,030	,281	-,005	-,108	,915

Tabel 3. Anova (b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66184935	3	22061644,84	131,910	,000 ^a
	Residual	8864108	53	167247,312		
	Total	75049042	56			

DISKUSI

Hasil penelitian mengenai pengaruh dari Return On Investment (ROI), Earning Per Share (EPS), dan Price Earning Ratio (PER) terhadap harga saham perusahaan industri food and beverages yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2009 apabila dilihat secara keseluruhan maka terdapat hasil yang signifikan. Artinya ialah bahwa ROI, EPS dan PER (variabel X) berpengaruh terhadap harga saham (variabel Y). Namun apabila dilihat secara parsial, maka terdapat variabel X yang menunjukkan hasil signifikan dan tidak signifikan terhadap variabel Y. Yang termasuk ke dalam golongan variabel X yang menunjukkan hasil signifikan terhadap variabel Y dalam penelitian ini ialah variabel ROI dan EPS. Sedangkan yang termasuk ke dalam golongan variabel X yang menunjukkan hasil tidak signifikan

apabila ROI meningkat, maka harga saham akan turun. Hal ini dapat diindikasikan bahwa walaupun ROI berpengaruh terhadap harga saham, namun bukan merupakan faktor satu-satunya. Investor tidak melihat dari besar kecilnya laba yang diperoleh suatu perusahaan yang diukur menggunakan ROI. Melainkan investor akan melihat dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan itu sendiri diamati melalui kemakmuran pemegang saham yang dapat diukur melalui harga saham perusahaan di pasar modal (Hasnawati, 2005). Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin baik nilai perusahaan tersebut.

Variabel EPS menunjukkan hasil yang signifikan dan positif, ini berarti bahwa EPS berpengaruh terhadap harga saham. Artinya apabila EPS meningkat, maka harga saham pun akan naik, namun apabila

EPS menurun maka harga saham akan mengalami penurunan. Hal ini sesuai dengan penelitian Nurmalasari (2009) bahwa EPS berpengaruh secara parsial terhadap harga saham. Earning Per Share (EPS) adalah keuntungan setelah dikurangi pajak pendapatan, dengan cara membagi jumlah keuntungan yang tersedia untuk pemegang saham biasa dengan jumlah lembar saham biasa yang beredar.

Saat laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa turun maka EPS naik. Investor menggunakan EPS untuk mengetahui jumlah laba yang diperoleh untuk setiap lembar sahamnya (Van-Horne, 2005). Investor tertarik pada EPS yang tinggi, karena semakin tinggi EPS maka kemampuan perusahaan untuk memberikan pendapatan kepada pemegang sahamnya akan semakin besar, sehingga keberhasilan usaha yang dilakukan perusahaan tersebut dapat tercapai. Hal ini dikarenakan saat laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa turun maka EPS akan meningkat. Dimana semakin meningkatnya EPS mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pendapatan kepada pemegang saham semakin besar, maka semakin menarik minat investor untuk berinvestasi. Dengan semakin banyaknya yang berminat untuk berinvestasi, maka membuat harga saham pun mengalami kenaikan.

Variabel Price Earning Ratio (PER), memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap harga saham. Dan nilai pada regresi adalah negatif ini artinya bahwa setiap kenaikan PER maka akan menurunkan harga saham. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Lestari (2006) bahwa PER tidak berpengaruh terhadap

harga saham. Hal ini mengindikasikan bahwa rasio pasar yang diukur menggunakan PER meskipun berkorelasi cukup kuat dan searah (positif) terhadap harga saham tetap tidak menyebabkan perubahan harga saham pada penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa rasio pasar yang diukur menggunakan PER tidak menyebabkan perubahan harga saham pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Aldino, N. (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada PT. Indosat Tbk. Periode 2007-2009. *Jurnal Keuangan*. Diambil dari: <http://nurdinaldino.blogspot.com/2010/06/jurnal-pi.html>, diunduh tanggal 29 Oktober 2010.
- Arifin, A. (2004). *Membaca Saham: Panduan dasar seni berinvestasi dan teori permainan saham*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brigham F, E. & Ehrhardt C. M. (2002). *Financial Management (Theory and Practice)*. Tenth Edition. Thomson Learning Inc.
- Brigham, E. F. & Houston, J. F., (2004). *Fundamentals Of Financial Management*. 10th Edition. USA: Thomson.
- Brigham, F., E. & Houston, F. J. (2001). *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan. Erlangga, Jakarta
- Cooper, D. R. & William, C. (1996).

- Metode Penelitian Bisnis*. edisi bahasa Indonesia terjemahan Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan. Erlangga, Jakarta
- Gitman, J. L. (2006). *Principle of Managerial Finance*. 8th edition. Pearson Addison Wesley, New York 10
- Gitman, L. J. (2000). *Principles Of Managerial Finance*. 9th Edition. Addison-Wesley.
- Gitman, L. J., & Joehnk, M. D. (2005). *Fundamentals Of Investing*. USA: Pearson Addison Wesley.
- Harahap, S. S. (2004). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasnawati, S. (2005). Dampak Set Peluang Investasi terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta. *JAAI*, 9 (2), 117-126.
- Husnan, S. (1998). *Manajemen Keuangan Teori Dan Penerapan Keputusan Jangka Pendek*. Buku Dua. Yogyakarta: BPFE.
- Irawati, S. (2006). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Pustaka.
- Jensen, M. & Meckling, W. (1976). Theory of the firm:managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-60.
- Jogiyanto H.M. (2007). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi 2007. Cetakan Pertama. BPFE Yogyakarta, Yogyakarta
- Lestari, A. I. (2006). *Pengaruh Faktor Fundamental dan Teknikal Terhadap Harga Saham Properti yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta* (Tesis Tidak Dipublikasikan). Medan: Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Makridakis, S. (1983). *Forecasting Method And Applications*. Two Edition. USA: John Wiley and Sons.
- Mishkin, F. S. & Eakins, S. G. (2006). *Financial Markets And Institutions*. 5th Edition. Pearson.
- Munawir. (2002). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Nurmalasari, I. (2009). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Emiten LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2008. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 1, 1-15.
- Riduwan. (2006). *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rusdin (2006). *Pasar Modal*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Saptadi, A. (2007). *Pengaruh Return On Investment (ROI), Price Earning Ratio (PER), dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta*. (Skripsi Tidak Dipublikasikan). Semarang: Universitas Negeri Semarang. Diambil dari: <http://digilib.unnes.ac.id/gsd1/collect/skripsi/archives/HASH0131/0b7a7cec.dir/doc.pdf>, diunduh tanggal 3 November 2010.
- Sari, W. (2004). Hubungan antara Volatilitas Perdagangan dan Volatilitas Harga Intraday di Bursa Efek Jakarta. *Tesis S2 Tidak*

- Dipublikasikan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sartono, A. (2001). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sundjaja, R.S & Barlian, I. (2002). *Manajemen Keuangan 1*. Edisi Kelima. Cetakan Kedua. Jakarta: Literata Lintas Media.
- Sutrisno. (2003). *Manajemen Keuangan:Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Van-Horne, J. C. (2005). *Fundamentals Of Financial Management:Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Salemba Empat.

Disparitas Antar Kecamatan Dan Strategi Pembangunan Ekonomi di Kabupaten Banyuwangi

Nur Anim Jauhariyah

Abdul Kholiq Syafa'at

Nurul Inayah

Lely Ana Ferawati Ekaningsih

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam (STAIN) Banyuwangi

nuranim_stain@yahoo.com

email: kholiq_sy@yahoo.com

email: inayahsyafahoni@yahoo.co.id

lelyaningsih@gmail.com

stain_bwi@yahoo.co.id

Abstract

The study was conducted 1) to Knowing the potential of each sector in Banyuwangi and 24 districts, 2) to analyze the economic disparity among districts in Banyuwangi. Analysis of the data used typology Klasen, Location Quotient (LQ), Analysis of Inter-District Disparities, Policy Analysis with Analytical Hierarchy Process (AHP). The results of the analysis of the economic development strategy in Banyuwangi is as follows: Klassen Quotients result shows that the sector can be categorized as an advanced and fast-growing sector (primary sector) refers Agriculture and the sector is underdeveloped sectors of Manufacturing, Trade, Hotels and Restaurants, Transport and Communications, and Services. The results of the analysis of the seed sector LQ sectors have LQ values > 1 consists of Agriculture, mining and quarrying sector, and financial sector, leasing, and corporate services. The agricultural sector is a sector that is still contributing to economic growth in Banyuwangi. AHP analysis results to find policy solutions from primary data analysis indicates that the sector is still very optimistic about the potential and developed in accordance with the year Banyuwangi analysis is still optimistic on the agricultural sector; followed by hospitality sector saw the potential of tourism in Banyuwangi is still beautiful and clean, potential to be optimized to increase revenue Banyuwangi. The results of the analysis of disparities among districts using Williamson Index and Theil Entropy Index that Wongsorejo District, Muncar, Kalipur, and Licin possessed a relative index of inequality is higher than the other sub-districts.

Keywords: *disparities, policy strategies, the potential of the district.*

PENDAHULUAN

Masalah utama dalam distribusi pendapatan antar wilayah adalah adanya disparitas/ketimpangan antara wilayah satu dengan lainnya. Disparitas antar kecamatan

menjadi masalah yang banyak dihadapi di setiap kabupaten karena potensi setiap kecamatan berbeda satu sama lain sehingga menyebabkan distribusi pendapatan mengalami ketimpangan antara

kecamatan yang potensial dan terbelakang. Pembangunan daerah merupakan suatu proses yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mengelola semua sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dan sektor swasta guna menciptakan lapangan kerja baru serta mendorong perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah pembangunan yang bersangkutan (Blakely, 1989 dalam Mudrajat Kuncoro, 2004 :110).

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi Banyuwangi menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2010, pertumbuhan ekonomi berada pada angka 6,22 persen, tahun 2011 naik menjadi 6,38 persen. Walau masih berada di bawah Jatim, ekonomi Banyuwangi terus tumbuh dengan fundamental yang makin kuat. Terbukti pada Tahun 2009, ekonomi Banyuwangi lebih tahan terhadap krisis, dengan dukungan sektor riil. Perekonomian Banyuwangi masih didominasi sektor pertanian dengan kontribusi 45,12 persen (Bappeda, 2012). Angka pertumbuhan di Kabupaten Banyuwangi di dapat dari analisis data sekunder masing-masing sektor ekonomi yaitu: 1) sektor pertanian; 2) petambangan dan penggalian; 3) industri pengolahan; 4) listrik, gas, dan air bersih; 5) bangunan; 6) perdagangan, hotel dan restoran; 7) pengangkutan dan komunikasi; 8) keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan; dan 9) jasa-jasa. Namun di dalam analisis pertumbuhan di Kabupaten Banyuwangi tidak memperlihatkan angka pertumbuhan ekonomi dan angka ketimpangan pembangunan antarkecamatan yang terjadi di Kabupaten Banyuwangi.

Dalam upaya memajukan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi, penting halnya untuk meningkatkan sistem perencanaan pembangunan daerah dengan menganalisis integrasi antar aspek pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi dengan melihat pertumbuhan ekonomi antarkecamatan sehingga kebijakan strategi pembangunan diarahkan pada kebijakan yang memberikan dampak yang optimal bagi pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penciptaan lapangan pekerjaan. Analisis sektor unggulan dan penemuan wilayah pusat pertumbuhan yang diperoleh melalui analisis penelitian dapat menjadi dasar pertimbangan dalam perencanaan pembangunan selanjutnya sebagai kontribusi arah kebijakan Pemerintah Daerah di Kabupaten Banyuwangi.

Perbedaan tingkat pembangunan akan membawa dampak perbedaan tingkat kesejahteraan antardaerah yang pada akhirnya akan menyebabkan ketimpangan regional antardaerah semakin besar. Sumberdaya yang bervariasi antar kecamatan di Kabupaten Banyuwangi dapat diklasifikasikan dengan tepat dan mengungkap permasalahan apa yang menjadi problematika di setiap kecamatan sehingga ketimpangan antar kecamatan dapat diminimalisir dengan mengoptimalkan sumberdaya alam yang menjadi komoditi potensial.

Dalam upaya memajukan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi, penting halnya untuk meningkatkan sistem perencanaan pembangunan daerah dengan menganalisis

integrasi antar aspek pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi dengan melihat pertumbuhan ekonomi antarkecamatan sehingga kebijakan strategi pembangunan diarahkan pada kebijakan yang memberikan dampak yang optimal bagi pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penciptaan lapangan pekerjaan. Analisis sektor unggulan yang diperoleh melalui analisis penelitian dapat menjadi dasar pertimbangan dalam perencanaan pembangunan selanjutnya sebagai kontribusi arah kebijakan Pemerintah Daerah di Kabupaten Banyuwangi sehingga disparitas pendapatan antar kecamatan dapat diminimalisir dengan peningkatan potensi di kecamatan-kecamatan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Ketimpangan Ekonomi antar Daerah

Williamson (1965) (dalam Kuncoro, 2004:133) meneliti bahwa hubungan antara disparitas regional dan tingkat pembangunan ekonomi dengan menggunakan data ekonomi Negara yang sudah maju dan yang sedang berkembang. Ditemukan bahwa selama tahap awal pembangunan, disparitas regional menjadi lebih besar dan pembangunan terkonsentrasi di daerah-daerah tertentu. Pada tahap yang lebih “matang” dilihat dari pertumbuhan ekonomi, tampak adanya keseimbangan antardaerah dan disparitas berkurang dengan signifikan. Ketimpangan pembangunan antarkecamatan yang terjadi di Kabupaten Banyuwangi dapat dianalisis dengan menggunakan indeks ketimpangan regional (*regional inequality*) yang dinamakan Indeks Ketimpangan Williamson (Sjarizal, 1997) (dalam Kuncoro, 2004:133):

$$IW = \frac{\sqrt{\sum (Y_i - Y)^2 f_i / n}}{Y}$$

Keterangan:

Y_i = PDRB perkapita di kecamatan i

Y = PDRB perkapita rata-rata Kabupaten Banyuwangi

f_i = jumlah penduduk di kecamatan i

n = jumlah penduduk di Kabupaten Banyuwangi

Menurut Kuncoro (2002), konsep Entropi Theil dari distribusi pada dasarnya merupakan aplikasi konsep teori informasi dalam mengukur ketimpangan ekonomi dan konsentrasi industri. Studi empiris yang dilakukan Theil dengan menggunakan indeks entropi menawarkan pandangan yang tajam mengenai pendapatan regional perkapita dan kesenjangan pendapatan, kesenjangan internasional, serta distribusi produk domestik bruto dunia.

Untuk mengukur ketimpangan pendapatan regional bruto provinsi, Ying (2000) (dalam Kuncoro, 2004:134) menggunakan indeks Theil. Indeks Theil tersebut dapat dibagi/diurai menjadi dua subindikasi, yaitu ketimpangan regional dalam wilayah dan ketimpangan regional antarwilayah atau regional. Dengan menggunakan analisis Indeks Theil akan diketahui ada tidaknya ketimpangan yang terjadi di Kabupaten Banyuwangi. Rumus Indeks Theil adalah sebagai berikut.

$$I(y) = \sum \left(\frac{y_i}{Y} \right) \times \log \left[\left(\frac{y_i}{Y} \right) / \frac{x_j}{X} \right]$$

Dimana:

$I(y)$ = Indeks Entropi Theil

y_j = PDRB Perkapitan kecamatan j
 Y = PDRB Perkapita
 Kabupaten Banyuwangi
 x_j = Jumlah penduduk kecamatan j
 X = Jumlah penduduk
 Kabupaten Banyuwangi

Indeks Entropi Theil memungkinkan kita untuk membuat perbandingan selama kurun waktu tertentu. Indeks ketimpangan Entropi Theil juga dapat menyediakan pengukuran ketimpangan secara rinci dalam subunit geografis yang lebih kecil, pertama akan berguna untuk menganalisis kecenderungan konsentrasi geografis selama periode tertentu; sedang yang kedua juga penting ketika kita mengkaji gambaran yang lebih rinci mengenai ketimpangan spasial.

Indeks Entropi Theil yang semakin membesar menunjukkan ketimpangan yang semakin besar pula. Demikian pula sebaliknya, bila indeksnya semakin kecil, maka ketimpangan akan semakin rendah/ kecil atau dengan kata lain semakin merata. Hal tersebut sejalan dengan indeks ketimpangan Williamson. Indeks ketimpangan entropi Theil tidak memiliki batas atau batas bawah, hanya apabila semakin besar nilainya, maka semakin timpang dan semakin kecil, semakin merata.

Strategi Pembangunan Berbasis Keuntungan Kompetitif Daerah

Strategi pembangunan ekonomi daerah seharusnya didasarkan pada prinsip *Keuntungan Kompetitif* (Competitive Advantage) sebagaimana dimaksud oleh Michael E. Porter (2001) (dalam Syafrizal, 2008). Berbeda dengan konsep *Keuntungan Komparatif* (Comperative Advantage)

yang telah bersifat tradisional didasarkan pada perbedaan kandungan sumberdaya yang dimiliki (resource endowment), konsep Keuntungan Kompetitif ini lebih didasarkan pada unsur kreativitas, teknologi dan kualitas sumberdaya manusia yang dikombinasikan untuk menghasilkan produk yang mempunyai daya saing tinggi. Dengan demikian dapat saja terjadi suatu negara atau daerah yang tidak mempunyai kandungan sumberdaya alam yang memadai, dapat berkembang pesat karena kelebihanannya dari segi kreativitas, teknologi dan kualitas sumberdaya manusia.

Dengan menggunakan konsep *Keuntungan Kompetitif* tersebut sebagai dasar, prioritas pembangunan ekonomi daerah haruslah diletakkan pada sektor-sektor mempunyai Keuntungan Kompetitif tinggi yang tidak hanya didasarkan pada kandungan sumberdaya alam yang dimiliki, tetapi juga memperhatikan kemampuan teknologi dan kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki oleh sektor yang bersangkutan. Dengan demikian, produk yang dihasilkan oleh suatu daerah akan mempunyai daya saing cukup tinggi karena didukung oleh potensi spesifik yang dimiliki daerah bersangkutan. Keadaan tersebut selanjutnya akan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan pendapatan masyarakat karena produk yang dihasilkan akan dapat menguasai pasar sehingga kegiatan produksi dapat berkembang dengan baik.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi yaitu Kecamatan Pesanggaran, Siliragung, Bangorejo,

Purwoharjo, Tegaldlimo, Muncar, Cluring, Gambiran, Tegalsari, Glenmore, Kalibaru, Genteng, Srono, Rogojampi, Kabat, Singojuruh, Sempu, Songgon, Glagah, Licin, Banyuwangi, Giri,, Kalipuro, dan Wongsorejo

Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian diskriptif dengan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Untuk analisis sektor potensi unggulan, analisis disparitas antar kecamatan di Kabupaten Banyuwangi dan 24 kecamatan, data diambil dari 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi, BPS Jawa Timur, BPS Kabupaten Banyuwangi, Bappeda Kabupaten Banyuwangi, Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Pertambangan (Disperindagtam) Kabupaten Banyuwangi, Dinas Pertanian, Dinas Pariwisata, dan Dinas Koperasi Kabupaten Banyuwangi.

Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah *pertama* mengetahui potensi-potensi setiap sektor di Kabupaten Banyuwangi dan 24 kecamatan di Kabupaten Banyuwangi, dengan tujuan supaya kebijakan Pemerintah Daerah di Kabupaten Banyuwangi bisa diarahkan ke potensi yang secara analisis merupakan basis dari daerah di Kabupaten Banyuwangi, sehingga kebijakan bersifat berkelanjutan (*sustainable*) dengan mengoptimalkan potensi yang dapat diperbaharui (*renewable*) dalam menopang kesejahteraan masyarakat.

Fokus *kedua* adalah untuk menganalisis disparitas ekonomi antarkecamatan di Kabupaten Banyuwangi. Dengan kondisi secara spasial yang berbeda satu sama lain

maka akan dianalisis penyebab-penyebab disparitas antarkecamatan di Kabupaten Banyuwangi, sehingga solusi-solusi praktis bisa dikonstruksikan kepada dinas-dinas terkait untuk membuat suatu kebijakan demi kesejahteraan masyarakat secara merata.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Kuisisioner, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden penelitian. Kuisisioner didapatkan dari menganalisis Produk Domesik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Banyuwangi dan Produk Domesik Regional Bruto (PDRB) Kecamatan kemudian dianalisis secara LQ dan sektor/subsektor yang nilai $LQ > 1$ dijadikan indikator dan alternatif dalam kuesioner yang selanjutnya disebarkan ke responden yang dianggap *expert* dan hasilnya dianalisis dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan digunakan sebagai analisis kebijakan untuk menentukan sektor potensial menurut *expert*.
- b. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama lama (Bungin, 2007). Dalam wawancara ini, peneliti mendatangi responden yaitu dari Camat/Sekretaris Camat/Kasi PMD (Pemberdayaan

- Masyarakat dan Desa) di 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi, BPS Jawa Timur, BPS Kabupaten Banyuwangi, Bappeda Kabupaten Banyuwangi, Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Pertambangan (Disperindagtam) Kabupaten Banyuwangi, Dinas Pertanian, Dinas Pariwisata, dan Dinas Koperasi Kabupaten Banyuwangi untuk menghimpun informasi terkait potensi/produk unggulan yang menjadi potensi dari masing-masing kecamatan di Kabupaten Banyuwangi disamping mengisi kuesioner penelitian.
- c. Observasi dengan pengamatan langsung di lapangan untuk memperkuat data penelitian sehingga fenomena yang terjadi selama penelitian berlangsung bisa terpantau oleh peneliti.
 - d. Dokumentasi dilakukan untuk mengabadikan fenomena di lapangan yang tidak tercover pada data primer sehingga hasil penelitian lebih hidup dan mudah dimengerti oleh pembaca. Dokumentasi setiap kali berkunjung ke masing-masing responden dan kecamatan yang dijadikan obyek penelitian.

Jenis Data

a. Data Primer

Data primer dari hasil analisis kuisisioner yang disebarkan dan diisi oleh responden penelitian yang dianggap *expert* yaitu dari BPS Kabupaten Banyuwangi, Bappeda Kabupaten Banyuwangi, Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Pertambangan (Disperindagtam) Kabupaten Banyuwangi, Dinas Pertanian, Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi Kabupaten Banyuwangi, Camat/Sekretaris Camat/Kasi PMD

(Pemberdayaan Masyarakat dan Desa) di 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi, responden pemerhati perkembangan perekonomian dan lingkungan di Kabupaten Banyuwangi, dan Dosen Perguruan Tinggi yang *expert* di bidang ekonomi.

- b. Data sekunder didapatkan dari hasil analisis Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Banyuwangi dan Provinsi Jawa Timur menurut sektor ekonomi 2000-2011 ADHK Tahun 2000.
- c. Data sekunder didapatkan dari hasil analisis Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi menurut sektor ekonomi Tahun 2009-2010.

Analisis Data

a. Tipologi Klassen

Analisis tipologi klasen digunakan mengidentifikasikan posisi perekonomian daerah dengan memperhatikan perekonomian daerah yang diacunya. Mengidentifikasikan sektor, subsektor, usaha, atau komoditi unggulan suatu daerah. Mencari Rata-rata Pangsa dan Rata-rata Pertumbuhan di Kabupaten Banyuwangi. Karena data PDRB Kabupaten Banyuwangi Tahun 2000-2011 maka untuk PDRB Provinsi Jawa Timur juga diambil data tahun 2000-2011 untuk kesinkronan analisis data. Analisis Tipologi Klassen membandingkan rata-rata pangsa dan rata-rata pertumbuhan setiap sektor ekonomi di Kabupaten Banyuwangi dengan Provinsi Jawa Timur. Sedangkan untul Tipologi Klassen untuk melihat posisi perekonomian di masing-masing kecamatan, karena data di kecamatan hanya ada 2 tahun yaitu Tahun 2009 dan 2010 maka analisis dilakukan dengan data yang tersedia di lapangan.

b. **Location Quotient (LQ)**

Formula untuk *Location Quotient* (LQ) adalah:

$$LQ_{ik} = \frac{V_{ik}/V_k}{V_{ip}/V_p}$$

Keterangan:

V_{ik} = Nilai output (PDRB) sektor i daerah studi k (kabupaten Banyuwangi) dalam pembentukan Produk Domestik Riil (PDRB) daerah studi k.

V_k = Produk Domestik Regional Bruto total semua sektor di daerah studi k.

V_{ip} = Nilai output (PDRB) sektor i daerah studi p (Provinsi Jawa Timur) dalam pembentukan Produk Domestik Riil (PDRR) daerah studi p.

V_p = Produk Domestik Regional Bruto total semua sektor di daerah referensi p.

Untuk analisis LQ menggunakan data PDRB Kabupaten Banyuwangi Tahun 2000-2011 maka untuk PDRB Provinsi Jawa Timur juga diambil data tahun 2000-2011 untuk kesinkronan analisis data. Sedangkan untuk LQ setiap kecamatan, karena data di kecamatan hanya ada 2 tahun yaitu Tahun 2009 dan 2010 maka disinkronkan untuk PDRB Kabupaten juga diambil Tahun 2009 dan 2010.

Hasil analisis LQ pada sektor atau subsektor akan dijadikan sebagai indikator untuk membuat kuesioner yang selanjutnya disebarkan pada responden yang dianggap *expert* dalam menanggapi dan memilih potensi yang dianggap potensial di Kabupaten Banyuwangi dan 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi.

c. **Analisis Disparitas Antar Kecamatan**

1) Indeks ketimpangan regional (*regional inequality*) yang dinamakan

Indeks Ketimpangan Williamson (Sjarizal, 1997) (dalam Kuncoro, 2004:133):

$$IW = \frac{\sqrt{\sum (Y_i - Y)^2 f_i / n}}{Y}$$

Keterangan:

Y_i = PDRB perkapita di kecamatan i

Y = PDRB perkapita rata-rata Kabupaten Banyuwangi

f_i = jumlah penduduk di kecamatan i

n = jumlah penduduk di Kabupaten Banyuwangi

2) Analisis Indeks Entropi Theil akan diketahui ada tidaknya ketimpangan yang terjadi di Kabupaten Banyuwangi. Rumus Indeks Theil adalah sebagai berikut.

$$I(y) = \sum \left(\frac{y_i}{Y} \right) \times \log \left[\left(\frac{y_i}{Y} \right) / \left(\frac{x_j}{X} \right) \right]$$

Dimana:

$I(y)$ = Indeks Entropi Theil

y_j = PDRB Perkapita kecamatan j

Y = PDRB Perkapita Kabupaten Banyuwangi

x_j = jumlah penduduk kecamatan j

X = jumlah penduduk Kabupaten Banyuwangi

Analisis Williamson dan Indeks Entropi Theil digunakan untuk menganalisis ketimpangan antar kecamatan yang disebabkan oleh tidak meratanya distribusi pendapatan antar kecamatan di Kabupaten Banyuwangi. Data yang digunakan untuk analisis adalah PDRB masing-masing Kecamatan pada Tahun 2009 dan 2010.

d. **Analisis Kebijakan**

Analytical Hierarchy Process (AHP)

analisis untuk mengetahui respon dari responden yang *expert* dibidangnya untuk dijadikan responden sebagai penentu kebijakan yang tepat guna pengembangan pusat wilayah pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) telah dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1970 dalam bukunya yang berjudul *The Analytic Hierarchy Process* pada tahun 1980 (Widodo, 2006:220-221).

Proses ini berkaitan dengan perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*). Pengambilan keputusan dimulai dengan menentukan hirarki keputusan keseluruhan. Hirarki menunjukkan faktor-faktor yang diperhitungkan dan juga berbagai alternatif perhitungan. Prinsip *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) *Decomposition*, memecah persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya.
 - 2) *Comparative Judgement*, penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkat di atasnya.
 - 3) *Synthesis of Priority*, adalah mencari *Eigent Vector* dari setiap matrik *pairwise comparison* untuk memperoleh *local priority*.
- (a) *Local consistency*,
- (1) Objek-objek yang serupa dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansi;
 - (2) Tingkat hubungan antara objek-objek yang didasarkan pada kriteria tertentu.
- (b) Tahapan dalam AHP
- (1) Menentukan tujuan/*goal/objectives*
 - (2) Menentukan kriteria
 - (3) Memilih *alternative*

Hasil analisis AHP akan dijadikan acuan untuk membuat suatu kebijakan yang diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pemerintah daerah demi kepentingan mengurangi disparitas ekonomi masing-masing kecamatan dan mengoptimalkan potensi keunggulan di masing-masing kecamatan dengan harapan dapat mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Banyuwangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis Strategi Pembangunan Ekonomi

a. Hasil Analisis Tipologi Klassen

Sektor yang dapat dikategorikan sebagai sektor maju dan tumbuh pesat (sektor prima) adalah Sektor Pertanian, sektor inilah yang sebaiknya mendapatkan perhatian yang lebih dari Pemerintah Daerah untuk dikembangkan. Sementara Sektor Pertambangan dan Penggalian, dan Sektor Keuangan, Persewaan, dan Jasa perusahaan masuk pada kategori sektor maju tapi tertekan (Sektor Potensial). Sektor yang berpotensi untuk Berkembang adalah sektor Kontruksi dan Listrik, gas, dan air bersih. Sektor tertinggal di Kabupaten Banyuwangi adalah Industri Pengolahan, Perdagangan, Hotel, dan Restoran, Pengangkutan dan Komunikasi, dan Jasa – jasa.

Hasil pemetaan dari analisis Tipologi Klassen pada Tabel. 1. bila dikaitkan dengan kegiatan perencanaan untuk pengembangan ekonomi daerah di Kabupaten Banyuwangi dimasa datang, antara lain dapat dilakukan dengan strategi dari 9 (sembilan) sektor yang ada. Sektor yang dikembangkan adalah sektor yang merupakan sektor prima

atau menjadi sektor prioritas di Kabupaten Banyuwangi.

**Tabel 1. Matrik Tipologi Klassen
Kabupaten Banyuwangi Tahun 2000
– 2011**

	Tumbuh Cepat	Tumbuh Lambat	
Kontribusi Besar	Sektor Pertanian Prima	1. Pertambangan dan Penggalian 2. Keuangan, Persewaan, dan Jasa perusahaan Potensial	Kontribusi Besar
Kontribusi Kecil	1. Konstruksi 2. Listrik, Gas, dan Air Bersih	1. Industri Pengolahan, 2. Perdagangan, Hotel, dan Restoran 3. Pengangkutan dan Komunikasi 4. Jasa-jasa Terbelakang	Kontribusi Kecil
	Tumbuh Cepat	Tumbuh Lambat	

Analisis Tipologi kelas untuk melihat posisi ekonomi di masing-masing kecamatan dari hasil analisis PDRB Kecamatan pada Tahun 2009 dan 2010 dan jumlah pendapatan perkapita dan jumlah penduduk menggambarkan bahwa posisi perekonomian di semua kecamatan di Kabupaten Banyuwangi berada pada kuadran I yaitu cepat maju dan cepat tumbuh.

b. Hasil Analisis *Location Quotient* (LQ)

Hasil analisis *Location Quotient* (LQ) PDRB Kabupaten Banyuwangi dan PDRB Provinsi Jawa Timur menurut lapangan usaha Tahun 2000-2011 ADHK 2000 dengan hasil analisis bahwa sektor tradisional (*primer*-pertanian) lebih potensial dibandingkan sektor lainnya. Sektor unggulan yaitu sektor yang memiliki nilai $LQ > 1$ terdiri dari 1) Sektor Pertanian sebesar 2,80; 2) Sektor Pertambangan dan penggalian 2,12; dan 3) Sektor keuangan,

persewaan, dan jasa perusahaan sebesar 1,23.

Hasil analisis *Location Quotient* (LQ) menurut Subsektor PDRB Tahun 2011 adalah sebagai berikut:

- 1) Tanaman Bahan Makanan sebesar 2,958
- 2) Tanaman Perkebunan sebesar 4,006
- 3) Peternakan dan Hasil-hasilnya sebesar 2,226
- 4) Kehutanan sebesar 7,677
- 5) Perikanan sebesar 4,358
- 6) Pertambangan tanpa Migas sebesar 10,805
- 7) Penggalian sebesar 1,474
- 8) Hotel sebesar 1,237
- 9) Angkutan Rel sebesar 1,995
- 10) Angkutan Laut sebesar 7,564
- 11) Angkutan Sungai, Danau sebesar 40,543
- 12) Sewa Bangunan sebesar 1,567

Untuk indeks subsektor LQ sama dengan satu atau lebih mengandung pengertian bahwa, penduduk di Kabupaten Banyuwangi dapat memenuhi kebutuhan akan suatu barang dengan hasil industri sendiri atau bahkan sudah mampu mengeksport atau mengirim hasil industri tersebut ke luar Kabupaten Banyuwangi. Jadi Kabupaten Banyuwangi berspesialisasi dalam memproduksi sektor dengan nilai $LQ > 1$ dari pada sektor yang sama di Provinsi Jawa Timur. Sektor pertanian merupakan sektor yang masih berperan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi, terlihat dari kontribusinya yang dominan ($LQ > 1$) terhadap pendapatan daerah, dilanjutkan dengan sektor pertambangan dan penggalian, sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan. Sedangkan sektor yang bernilai $LQ < 1$ adalah sektor yang tidak

berspesialisasi dalam memproduksi sektor tersebut dibandingkan dengan sektor serupa di Provinsi Jawa Timur.

c. Hasil Analisis *Location Quotient* (LQ) PDRB Kecamatan Tahun 2009 – 2010

Untuk menganalisis potensi unggulan di setiap sektor atau sub sektor di masing-masing kecamatan di Kabupaten Banyuwangi menggunakan analisis *Location Quotient*. Dari hasil lapangan didapatkan PDRB Kecamatan hanya ada dua tahun analisis. Hasil analisis *Location Quotient* (LQ) PDRB Kecamatan Tahun 2009-2010 adalah sebagai berikut:

Tabel. 2 Nilai *Location Quotient* 24 Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi

Sektor / Subsektor	Kecamatan	
	LQ Tertinggi (LQ>1)	LQ Terendah (LQ<1)
1. Pertanian	Wongsorejo	Banyuwangi
2. Pertambangan dan Penggalian	Licin	Pesanggaran, Bangorejo, Tegaldlimo, Muncar, Songgon, Banyuwangi, Giri, Kalipuro, Tegalsari, Glenmore, dan Singojuruh
3. Industri Pengolahan	Muncar	Tegalsari
4. Listrik, Gas, dan Air Bersih	Banyuwangi	Licin
5. Bangunan	Giri	Wongsorejo
6. Perdagangan, Hotel, dan Restoran	Genteng	Licin
7. Pengangkutan dan Komunikasi	Kalipuro	Licin
8. Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan	Glagah	Siliragung
9. Jasa-jasa	Genteng	Wongsorejo

(Sumber: PDRB Kecamatan Tahun 2009-2010, diolah)

Keterangan Tabel:

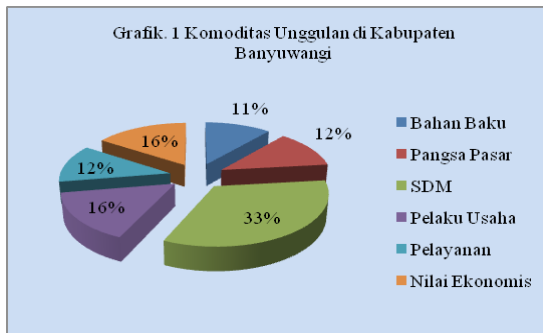
- 1) Sektor potensial di Kecamatan Wongsorejo adalah sektor pertanian

dan kebalikannya adalah Kecamatan Banyuwangi.

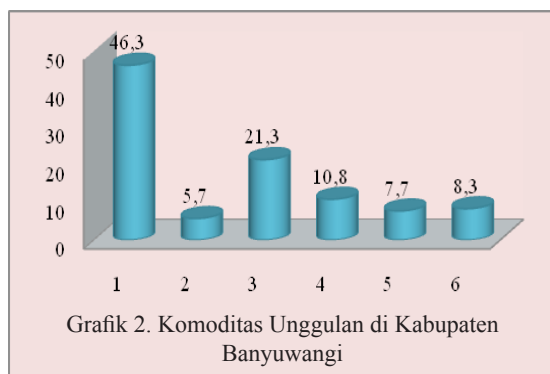
- 2) Sektor potensial di Kecamatan Licin adalah sektor Pertambangan dan Penggalian, karena kecamatan tersebut memiliki pertambangan belerang.
- 3) Subsektor Listrik dan Air bersih banyak dipergunakan oleh masyarakat Kecamatan Banyuwangi.
- 4) Kecamatan yang melakukan transaksi perdagangan yang tinggi secara data berada di Kecamatan Genteng.
- 5) Kecamatan Kalipuro memiliki nilai kontribusi besar pada subsektor Pengangkutan Laut karena mengingat satu-satunya pelabuhan besar yang menghubungkan Pulau Jawa dan Pulau Bali berada di Desa Ketapang.
- 6) Kecamatan Genteng memiliki kontribusi yang tinggi pada sektor Jasa-jasa dan kebalikannya adalah Kecamatan Wongsorejo.

d. Hasil Analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) di Kabupaten Banyuwangi

Hasil analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang menggunakan *software expert choice* untuk menganalisis potensi di Kabupaten Banyuwangi menurut responden yang berasal dari BPS Kabupaten Banyuwangi, Bappeda Kabupaten Banyuwangi, Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Pertambangan (Disperindagtam) Kabupaten Banyuwangi, Dinas Pertanian, Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi Kabupaten Banyuwangi, responden pemerhati perkembangan perekonomian dan lingkungan di Kabupaten Banyuwangi, dan Dosen Perguruan Tinggi yang *expert* di bidang ekonomi adalah sebagai berikut:



Menurut versi responden *expert* peran SDM dalam menentukan potensi suatu daerah sangat penting, melihat proporsinya sebesar 33.5%. Hasil analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk Kabupaten Banyuwangi menurut sektor potensial adalah sebagai berikut:



Grafik 2. Keterangan Grafik:

1. Pertanian
2. Pertambangan dan Penggalian
3. Perhotelan
4. Pengangkutan Rel Sungai Danau dan Laut
5. Sewa Bangunan
6. Jasa Pemerintahan Umum

Hasil analisis AHP membuktikan bahwa Sektor pertanian memiliki prosentase tertinggi yaitu 46,3% dan yang terkecil adalah subsektor Sewa Bangunan. Sektor

pertanian di Kabupaten Banyuwangi didominasi tanaman pangan yaitu Padi. Jadi sektor pertanian masih menjadi komoditas unggulan di Kabupaten Banyuwangi.

1. Analisis Disparitas dan Pertumbuhan Ekonomi Antar Kecamatan

a. Hasil analisis Indeks Ketimpangan Williamson data PDRB antar kecamatan Tahun 2009 dan 2010

Hasil analisis PDRB Kecamatan Tahun 2009 dan 2010 untuk melihat ketimpangan distribusi pendapatan antar kecamatan di Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

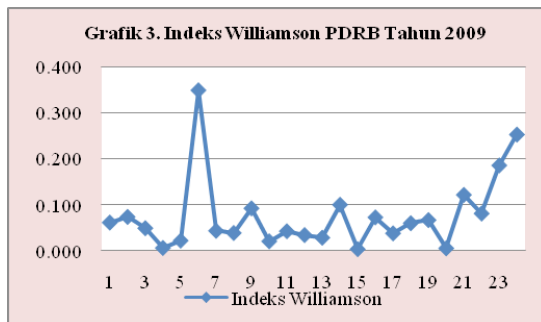
Tabel 3. Indeks Williamson Antar Kecamatan Tahun 2009 dan 2010

No.	Kecamatan	Indeks Williamson Tahun 2009	Indeks Williamson Tahun 2010
1.	Pesanggaran	0,062	0,060
2.	Siliragung	0,074	0,074
3.	Bangorejo	0,050	0,046
4.	Purwoharjo	0,007	0,001
5.	Tegaldlimo	0,023	0,023
6.	Muncar	0,349	0,359
7.	Cluring	0,044	0,043
8.	Gambiran	0,039	0,036
9.	Tegalsari	0,093	0,091
10.	Glenmore	0,021	0,022
11.	Kalibaru	0,043	0,048
12.	Genteng	0,035	0,030
13.	Srono	0,029	0,032
14.	Rogojampi	0,100	0,108
15.	Kabat	0,004	0,001
16.	Singojuruh	0,073	0,074
17.	Sempu	0,039	0,044
18.	Songgon	0,060	0,060
19.	Glagah	0,067	0,067
20.	Licin	0,006	0,005
21.	Banyuwangi	0,122	0,130
22.	Giri	0,081	0,081
23.	Kalipuro	0,186	0,187
24.	Wongsorejo	0,253	0,255

Sumber data: PDRB Kecamatan Tahun 2009 dan 2010, diolah

Hasil analisis indeks Williamson di masing-masing kecamatan pada Tahun 2009 dan 2010, ada kecamatan yang mengalami kenaikan dan ada yang menurun nilai ketimpangannya.

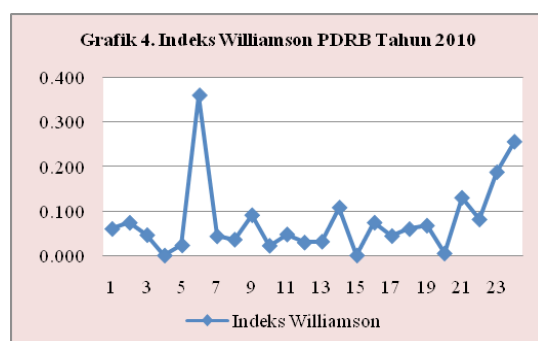
Adapun Grafik indeks Williamson Pada Tahun 2009 setiap kecamatan adalah sebagai berikut:



Keterangan:

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. Pesanggaran | 13. Srono |
| 2. Siliragung | 14. Rogojampi |
| 3. Bangorejo | 15. Kabat |
| 4. Purwoharjo | 16. Singojuruh |
| 5. Tegaldlimo | 17. Sempu |
| 6. Muncar | 18. Songgon |
| 7. Cluring | 19. Glagah |
| 8. Gambiran | 20. Licin |
| 9. Tegalsari | 21. Banyuwangi |
| 10. Glenmore | 22. Giri |
| 11. Kalibaru | 23. Kalipuro |
| 12. Genteng | 24. Wongsorejo |

Grafik indeks Williamson antar kecamatan di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2010 adalah sebagai berikut:



Keterangan:

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. Pesanggaran | 13. Srono |
| 2. Siliragung | 14. Rogojampi |
| 3. Bangorejo | 15. Kabat |
| 4. Purwoharjo | 16. Singojuruh |
| 5. Tegaldlimo | 17. Sempu |
| 6. Muncar | 18. Songgon |
| 7. Cluring | 19. Glagah |
| 8. Gambiran | 20. Licin |
| 9. Tegalsari | 21. Banyuwangi |
| 10. Glenmore | 22. Giri |
| 11. Kalibaru | 23. Kalipuro |
| 12. Genteng | 24. Wongsorejo |

Pada Tahun 2009 hasil analisis menunjukkan Kecamatan Muncar memiliki nilai ketimpangan yang paling tinggi yaitu 0.349 dan naik pada tahun 2010 yaitu 0.359 diikuti Kecamatan Wongsorejo yaitu 0,253 dan meningkat pada Tahun 2010 menjadi 0,255 dan Kalipuro 0.186 dan meningkat menjadi 0.187 Indeks ketimpangan Williamson yang diperoleh terletak antara 0 (nol) sampai 1 (satu).

- 1) Jika ketimpangan Williamson mendekati 0 maka ketimpangan distribusi pendapatan antar Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi adalah rendah atau pertumbuhan ekonomi antara daerah merata.
- 2) Jika ketimpangan Williamson mendekati 1 maka ketimpangan distribusi pendapatan antar Kecamatan di Kabupaten Banyuwangi adalah tinggi atau pertumbuhan ekonomi antara daerah tidak merata.

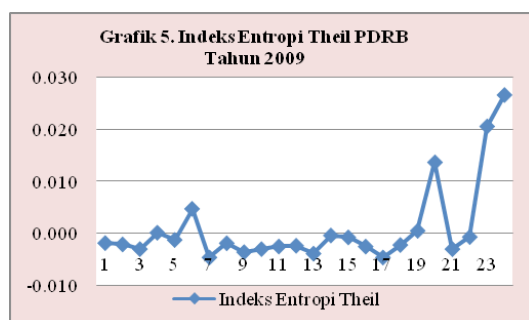
b. Hasil analisis Indeks Entropi Theil data PDRB antar kecamatan Tahun 2009 dan 2010

Tabel 4. Indeks Entropi Theil Antar Kecamatan Tahun 2009 dan 2010

No.	Kecamatan	Indeks Entropi Theil Tahun 2009	Indeks Entropi Theil Tahun 2010
1.	Pesanggaran	-0,0018	-0,0015
2.	Siliragung	-0,0021	-0,0020
3.	Bangorejo	-0,0030	-0,0025
4.	Purwoharjo	0,0001	0,0000
5.	Tegaldlimo	-0,0012	-0,0011
6.	Muncar	0,0047	0,0049
7.	Cluring	-0,0046	-0,0044
8.	Gambiran	-0,0019	-0,0015
9.	Tegalsari	-0,0036	-0,0035
10.	Glenmore	-0,0030	-0,0029
11.	Kalibaru	-0,0025	-0,0030
12.	Genteng	-0,0024	-0,0026
13.	Srono	-0,0039	-0,0035
14.	Rogojampi	-0,0004	0,0003
15.	Kabat	-0,0008	-0,0007
16.	Singojuruh	-0,0025	-0,0021
17.	Sempu	-0,0046	-0,0047
18.	Songgon	-0,0022	-0,0018
19.	Glagah	0,0005	0,0004
20.	Licin	0,0137	0,0140
21.	Banyuwangi	-0,0030	-0,0024
22.	Giri	-0,0007	-0,0007
23.	Kalipuro	0,0205	0,0150
24.	Wongsorejo	0,0266	0,0250

Sumber data: PDRB Kecamatan Tahun 2009 dan 2010, diolah

Adapun Grafik indeks Entropi Theil pada Tahun 2009 setiap kecamatan adalah sebagai berikut:

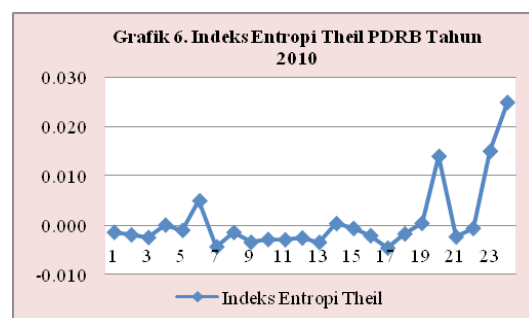


Keterangan:

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. Pesanggaran | 13. Srono |
| 2. Siliragung | 14. Rogojampi |
| 3. Bangorejo | 15. Kabat |
| 4. Purwoharjo | 16. Singojuruh |

- | | |
|---------------|----------------|
| 5. Tegaldlimo | 17. Sempu |
| 6. Muncar | 18. Songgon |
| 7. Cluring | 19. Glagah |
| 8. Gambiran | 20. Licin |
| 9. Tegalsari | 21. Banyuwangi |
| 10. Glenmore | 22. Giri |
| 11. Kalibaru | 23. Kalipuro |
| 12. Genteng | 24. Wongsorejo |

Adapun Grafik indeks Entropi Theil pada Tahun 2010 setiap kecamatan adalah sebagai berikut:



Keterangan:

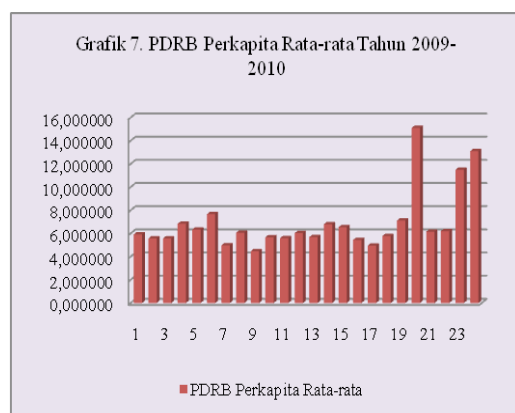
- | | |
|-----------------|----------------|
| 12. Pesanggaran | 13. Srono |
| 13. Siliragung | 14. Rogojampi |
| 14. Bangorejo | 15. Kabat |
| 15. Purwoharjo | 16. Singojuruh |
| 16. Tegaldlimo | 17. Sempu |
| 17. Muncar | 18. Songgon |
| 18. Cluring | 19. Glagah |
| 19. Gambiran | 20. Licin |
| 20. Tegalsari | 21. Banyuwangi |
| 21. Glenmore | 22. Giri |
| 22. Kalibaru | 23. Kalipuro |
| 12. Genteng | 24. Wongsorejo |

Dari hasil analisis PDRB Kecamatan Tahun 2009 dan 2010 menggunakan indeks entropy theil menunjukkan bahwa kecamatan yang memiliki disparitas yang paling tinggi adalah Kecamatan Wongsorejo yaitu 0,0266 pada Tahun 2009 dan menurun pada Tahun 2010 sebesar 0,0250 diikuti dengan Kecamatan Kalipuro 0,0205 pada Tahun 2009 dan menurun menjadi 0,0150 pada Tahun 2010 dan Kecamatan Licin 0,0137 pada Tahun 2009 dan meningkat pada Tahun 2010 menjadi 0,0140. Nilai indeks

entropy theil tidak memiliki batas bawah sehingga nilai yang mendekati angka satu adalah daerah yang memiliki ketimpangan yang lebih tinggi.

c. Analisis PDRB Perkapita dan Pertumbuhan Ekonomi Antar Kecamatan

Hasil analisis PDRB Perkapita dan pertumbuhan ekonomi antar kecamatan Tahun 2009-2010 adalah sebagai berikut:



Keterangan:

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. Pesanggaran | 13. Srono |
| 2. Siliragung | 14. Rogojampi |
| 3. Bangorejo | 15. Kabat |
| 4. Purwoharjo | 16. Singojuruh |
| 5. Tegaldlimo | 17. Sempu |
| 6. Muncar | 18. Songgon |
| 7. Cluring | 19. Glagah |
| 8. Gambiran | 20. Licin |
| 9. Tegalsari | 21. Banyuwangi |
| 10. Glenmore | 22. Giri |
| 11. Kalibaru | 23. Kalipuro |
| 12. Genteng | 24. Wongsorejo |

Tahun 2009 dan 2010 Kecamatan yang memiliki nilai rata-rata pendapatan perkapita terbesar adalah Kecamatan Licin yaitu sebesar Rp. 15.112.679,- pertahun. Sedangkan kecamatan yang memiliki nilai pendapatan terkecil adalah Kecamatan Tegalsari Rp. 4.477.586,- pertahun.

Tabel 5. PDRB Perkapita dan Pertumbuhan 24 Kecamatan Tahun 2009 dan 2010

No.	Kecamatan	PDRB Perkapita Rata-rata	Pertumbuhan (%)
1.	Pesanggaran	5,928073	7,35
2.	Siliragung	5,574198	6,09
3.	Bangorejo	5,569357	8,47
4.	Purwoharjo	6,834042	3,14
5.	Tegaldlimo	6,334694	5,74
6.	Muncar	7,673292	7,59
7.	Cluring	4,977671	6,34
8.	Gambiran	6,068301	8,28
9.	Tegalsari	4,477586	9,24
10.	Glenmore	5,671900	5,46
11.	Kalibaru	5,587588	3,27
12.	Genteng	6,029519	4,19
13.	Srono	5,680855	7,26
14.	Rogojampi	6,800202	8,55
15.	Kabat	6,539668	8,12
16.	Singojuhur	5,445996	3,00
17.	Sempu	4,952826	2,67
18.	Songgon	5,775869	6,10
19.	Glagah	7,116718	6,78
20.	Licin	15,112679	6,92
21.	Banyuwangi	6,156835	8,42
22.	Giri	6,198854	8,69
23.	Kalipuro	11,506234	3,47
24.	Wongsorejo	13,106558	5,76

Sumber data: PDRB Kecamatan Tahun 2009 dan 2010, diolah

Nilai pertumbuhan pada tahun tersebut yang paling tinggi perumbuhannya adalah Kecamatan Tegalsari yaitu 9,24% dan kecamatan yang memiliki pertumbuhan ekonomi terkecil adalah Kecamatan Singojuruh sebesar 3,00%.

PENUTUP / SIMPULAN

Kesimpulan

a. Hasil analisis strategi pembangunan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

- 1) Potensi sektor basis di Kabupaten Banyuwangi hasil analisis *Tipologi klassen* menunjukkan sektor yang dapat dikategorikan sebagai sektor maju dan tumbuh pesat (sektor

prima) adalah sektor Pertanian dan sektor yang terbelakang adalah sektor Industri Pengolahan, Perdagangan, Hotel dan Restoran, Pengangkutan dan Komunikasi, dan Jasa-jasa.

- 2) Hasil analisis LQ sektor unggulan yaitu sektor yang memiliki nilai $LQ > 1$ terdiri dari sektor Pertanian, sektor Pertambangan dan penggalian, dan Sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan. Sektor pertanian merupakan sektor yang masih berperan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi, terlihat dari kontribusinya yang dominan terhadap pendapatan daerah. Potensi di masing-masing kecamatan pada sektor pertanian nilai LQ tertinggi di Kecamatan Wongsorejo, sektor Industri pengolahan di Kecamatan Muncar, sektor Listrik, Gas, dan Air bersih di Kecamatan Banyuwangi, sektor Bangunan di Kecamatan Giri, sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran di Kecamatan Genteng, sector Pengangkutan dan Komunikasi di Kecamatan Kalipuro, sector Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan di Kecamatan Glagah, dan Sektor Jasa-jasa di Kecamatan Genteng.

- 3) Hasil analisis AHP untuk mencari solusi kebijakan dari analisis data primer mengindikasikan bahwa sektor yang masih sangat potensial dan optimis dikembangkan di Kabupaten Banyuwangi sesuai dengan potensi Kabupaten Banyuwangi dan masing-masing kecamatan masih optimis pada sektor pertanian kemudian

diikuti dengan sektor perhotelan melihat potensi wisata di Kabupaten Banyuwangi yang masih asri dan bersih yang sangat potensial untuk dioptimalkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Banyuwangi.

- b. Hasil analisis disparitas antar kecamatan menggunakan Indeks Williamson dan Indeks Entropi Theil bahwa Kecamatan Muncar, Wongsorejo, Licin, dan Kalipuro mempunyai indeks ketimpangan yang relative lebih tinggi dibandingkan dengan kecamatan-kecamatan yang lain. Hal ini disebabkan tingkat pendapatan perkapita di kecamatan tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan kecamatan lain. Kecamatan Tegalsari pendapatan perkapitanya relative paling rendah dibandingkan dengan kecamatan yang lain.

Keterbatasan

- a. Penelitian ini hanya mencakup wilayah Kabupaten Banyuwangi
- b. Data sekunder PDRB kecamatan hanya tersedia dua periode yaitu Tahun 2009-2010
- c. Penelitian ini hanya dilakukan dalam waktu 4 bulan.

Agenda Penelitian berikutnya

Agenda penelitian berikutnya adalah menganalisis penyebab disparitas di Kecamatan Muncar, Wongsorejo, Licin, Dan Kalipuro karena tiga kecamatan tersebut memiliki ketimpangan yang tinggi dibandingkan dengan kecamatan-kecamatan yang lain di Kabupaten Banyuwangi.

Daftar Pustaka

- Bappeda. (2012). *PDRB Kabupaten Banyuwangi SMT I, Estimasi Tahun 2011*, Banyuwangi, Bappeda Kabupaten.
- BPS.(2011). *Banyuwangi Dalam Angka 2011*, Banyuwangi, BPS Kabupaten Banyuwangi.
- BPS Jawa Timur. (2001). *Produk Domestik Regional Bruto Propinsi Jawa Timur 1997-2000*, BPS Propinsi Jawa Timur.
- BPS Jawa Timur. (2002). *Produk Domestik Regional Bruto Propinsi Jawa Timur 1998-2001*, BPS Propinsi Jawa Timur.
- BPS Jawa Timur. (2004). *Produk Domestik Regional Bruto Propinsi Jawa Timur 2000-2003*, BPS Propinsi Jawa Timur.
- BPS Jawa Timur. (2001). *Produk Domestik Regional Bruto Propinsi Jawa Timur 1997-2000*, BPS Propinsi Jawa Timur.
- BPS Jawa Timur. (2005). *Produk Domestik Regional Bruto Propinsi Jawa Timur 2000-2004*, BPS Propinsi Jawa Timur.
- BPS Jawa Timur. (2009). *Produk Domestik Regional Bruto Propinsi Jawa Timur 2000-2008*, BPS Propinsi Jawa Timur.
- BPS Jawa Timur. (2011). *PDRB Provinsi Jawa Timur*, Surabaya, CV. Aneka Surya.
- Bungin, B. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Kuncoro, Mudrajat. (2004). *Otonomi dan Pembangunan Daerah; Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*, Jakarta, Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. (2006). *Ekonomi Pembangunan Teori, Masalah, dan Kebijakan*, Jogjakarta, UPP STIM YKPN.
- Ratnaningsih, M., ddk. (2009). *PDRB Hijau*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sjafrizal, (2008). *Ekonomi Regional, Teori dan Aplikasi*, Padang, Baduouse Media, Cetakan Pertama.
- Suparmoko, M.(2006). *Panduan dan Analisis Valuasi Ekonomi*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Suparmoko, M. 2008. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan Suatu Pendekatan Teoritis*, Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta.
- Widodo. (2006). *Perencanaan Pembangunan: Aplikasi Komputer*, Jogjakarta: UPP STIM YKPN.

PERNYATAAN / PENGHARGAAN

Terima kasih kepada BAPPEDA Kabupaten Banyuwangi yang telah membiayai penelitian yang dipublikasikan dalam artikel ini. Artikel ini hasil Penelitian Hibah tahun 2012 dari Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi bekerjasama dengan STAIDA Banyuwangi dengan mengangkat judul penelitian **KAJIAN KEBIJAKAN PENENTUAN MAPPING SENTRA KOMODITAS UNGGULAN UNTUK PENGEMBANGAN PUSAT PERTUMBUHAN EKONOMI DI KABUPATEN BANYUWANGI**

Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System Dan Modernisasi Administrasi Pajak Terhadap Kualitas Pelayanan Pajak

(Studi Kasus Pada Kpp Kebon Jeruk 1)

Nuramalia Hasanah

Indra Pahala

Susi Indriani

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Efektifitas pelaksanaan Self Assessment System dan modernisasi administrasi pajak terhadap kualitas pelayanan pajak KPP Kebon Jeruk 1 di Jakarta Barat dimana peneliti memfokuskan sampel penelitian pada wajib pajak pribadi. Penelitian ini menggunakan data primer. Metode yang dipakai adalah metode kuantitatif dengan pendekatan regresi. Teknik pengambilan sampling adalah metode non probability sampling, yaitu convenience sampling method dengan sampel sebanyak 100 wajib pajak pribadi. Hasil regresi dari penelitian ini adalah Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi Pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Pajak.

Kata kunci: *Self Assessment System, Modernisasi Administrasi Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak*

PENDAHULUAN

Pajak bersifat dinamik dan mengikuti perkembangan kehidupan sosial dan ekonomi negara serta masyarakatnya. Tuntutan akan peningkatan penerimaan, perbaikan-perbaikan dan perubahan mendasar dalam segala aspek perpajakan menjadi alasan dilakukannya reformasi perpajakan dari waktu ke waktu, yang berupa penyempurnaan terhadap kebijakan perpajakan dan sistem administrasi perpajakan. Tujuannya agar basis pajak dapat semakin diperluas dan potensi penerimaan pajak yang tersedia dapat dipungut secara optimal dengan menjunjung asas keadilan

sosial serta memberikan pelayanan prima kepada Wajib Pajak.

Indonesia dalam melakukan pemungutan pajak menganut tiga sistem yaitu official assessment system, self assessment system dan withholding system. Ketiga sistem ini mempunyai keistimewaan masing-masing. Namun yang memiliki peran lebih dominan adalah pada self assessment system karena diterapkan pada pemungutan pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah, serta sebagian pada pajak bumi dan bangunan. Pelaksanaan sistem yang

baik akan dapat meningkatkan penerimaan karena semuanya dilakukan sesuai dengan sistem yang telah ditetapkan. Penggunaan self assessment system menuntut wajib pajak untuk aktif melaksanakan kewajiban maupun hak perpajakannya. Pada awalnya, negara Indonesia menganut sistem perpajakan Self Assessment System sebagai sistem pemungutan pajak yang melandasi ketentuan peraturan perpajakan di Indonesia.

Self Assessment System memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk memenuhi dan melaksanakan sendiri kewajiban dan hak perpajakannya, sehingga wajib pajak melakukan sendiri dalam mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak, menghitung jumlah pajak terutang, menyetorkan pajak, dan melaporkan pajak terutang. Penerapan Self Assessment System dalam sistem perpajakan, tidak sepenuhnya berjalan dengan baik, karena sebagian Kantor Pelayanan Pajak (KPP) masih mendapatkan kendala dan hambatan dalam pelaksanaan perpajakan, salah satunya yaitu Surat Pemberitahuan (dikenal dengan sebutan SPT) yang diisi dan dilaporkan oleh Wajib Pajak tidak dapat terdeteksi kebenarannya, yang mengetahui kebenaran dari isi SPT adalah Wajib Pajak itu sendiri. Hal ini dikarenakan Direktorat Jenderal Pajak tidak memiliki perangkat pengawasan yang memadai, yaitu data yang lengkap dan akurat mengenai usaha Wajib Pajak. Selain itu banyak Wajib Pajak yang enggan mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak dengan sendirinya. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan self assesment system mengakibatkan belum maksimalnya Efektifitas Penerimaan Pajak.

Pelaksanaan Self Assessment System sangat berkaitannya dengan tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam membayarkan pajaknya, karena semakin Wajib Pajak benar dan jujur dalam menyetorkan pajaknya maka secara langsung dapat meningkatkan Efektifitas Penerimaan Pajak. Namun pada kenyataannya, hal itu berbanding terbalik karena pemerintah masih mengalami tingkat kepatuhan Wajib Pajak yang rendah, hal ini terbukti dari jumlah SPT yang dikembalikan oleh Wajib Pajak di Indonesia dimana setiap tahunnya hanya dibawah 50% saja yang dikembalikan dari seluruh SPT yang dikirim oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP).

Tidak hanya kondisi kepatuhan Wajib Pajak yang rendah, sistem administrasi perpajakan yang masih dalam proses penyempurnaan dan tidak adanya sumber data yang terintegrasi untuk pembentukan pusat data (karena banyaknya instansi-instansi penerbit data misal: data Perbankan, data dari Bea dan cukai, data dari Deperindag serta lainnya yang belum terintegrasi) pun menyebabkan lemahnya sistem pengawasan perpajakan selama ini. Dalam kenyataannya banyak sekali Wajib Pajak yang mengeluh karena seringkali harus membayar lagi sejumlah pajak yang dianggap kurang dibayar. Tidak tanggung-tanggung, sangat mungkin jumlah yang harus dibayar itu besarnya puluhan atau bahkan ratusan kali lipat dari jumlah pajak yang telah dibayarkan oleh Wajib Pajaknya.

Pelaksanaan pemungutan pajak membutuhkan suatu sistem yang efektif dan efisien agar memudahkan semua kalangan masyarakat dalam pembayaran

pajak. Selain itu masih dari segi pelayanan yang kurang baik dari petugasnya yang menyebabkan Wajib Pajak enggan untuk membayar pajak karena dianggap berbelit-belit dan susah. Sedangkan dari segi produktivitas pegawai itu masih banyak aparat yang masih melakukan kecurangan yang dapat merugikan negara seperti kasus Gayus yang melakukan kecurangan dengan cara bekerja sama dengan Wajib Pajak yang seharusnya membayarkan pajaknya bisa puluhan juta namun dengan bantuannya hanya membayar sebagiannya saja. Hal tersebut yang membuat masyarakat tidak percaya untuk membayar pajak sehingga dapat mengakibatkan menurunnya Efektifitas penerimaan pajak.

Salah satu upaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan kepada wajib pajak sebagai pelanggan sehingga meningkatkan kepatuhan dalam bidang perpajakan. Paradigma baru yang menempatkan aparat pemerintah sebagai abdi negara dan masyarakat (wajib pajak) harus diutamakan agar dapat meningkatkan kinerja pelayanan publik. Aparat Pajak harus senantiasa melakukan perbaikan kualitas pelayanan dengan tujuan agar dapat meningkatkan kepuasan dan kepatuhan wajib pajak.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara peningkatan kualitas dan kemampuan teknis pegawai dalam bidang perpajakan, perbaikan infrastruktur seperti perluasan tempat pelayanan terpadu (TPT), penggunaan sistem informasi

dan teknologi untuk dapat memberikan kemudahan kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sehingga dalam rangka meningkatkan Efektifitas penerimaan pajak, perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan publik yang dibarengi dengan Modernisasi Administrasi Perpajakan sehingga semakin meningkatnya kepatuhan, kesadaran dan kepercayaan bagi Wajib Pajak yang dapat meningkatkan Efektifitas penerimaan pajak.

Program dan kegiatan reformasi administrasi perpajakan diwujudkan dalam penerapan sistem administrasi perpajakan modern yang memiliki ciri khusus antara lain struktur organisasi berdasarkan fungsi, perbaikan pelayanan bagi setiap Wajib Pajak melalui pembentukan account representative dan compliant center untuk menampung keberatan Wajib Pajak. Selain itu, sistem administrasi perpajakan modern juga merangkul kemajuan teknologi terbaru.

Dengan demikian diperlukan Modernisasi Administrasi Perpajakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga semakin menambah kepercayaan bagi Wajib Pajak. Diharapkan dengan kebijakan seperti itu maka akan dapat meningkatkan penerimaan pajak dan dapat mengefektifkan penerimaan pajak. Berkenaan dengan kondisi diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh Efektifitas pelaksanaan Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi Perpajakan terhadap kualitas pelayanan pajak.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Pengertian Self Assessment System

Self Assessment terdiri dari dua kata bahasa Inggris, yakni *self* yang artinya sendiri, dan *to asses* yang artinya menilai, menghitung, menaksir. Dengan demikian, pengertian *self assessment* adalah menghitung atau menilai sendiri. Wajib pajak sendirilah yang menghitung dan menilai pemenuhan kewajiban perpajakannya. Jadi, *self assessment system* adalah suatu sistem yang memberikan kepercayaan dan tanggung jawab kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan dan membayar sendiri jumlah pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Selain itu Wajib Pajak diwajibkan pula melaporkan secara teratur jumlah pajak yang terutang dan telah dibayar sebagaimana ditentukan dalam peraturan perpajakan. Pembayaran pajak selama tahun berjalan pada dasarnya merupakan angsuran pajak untuk meringankan beban Wajib Pajak pada akhir tahun pajak.

Hakikat *Self Assessment System* adalah penetapan sendiri besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Pada sistem ini, masyarakat Wajib Pajak diberikan kepercayaan dan tanggung jawab yang lebih besar untuk melaksanakan kewajibannya, yaitu menghitung, memperhitungkan, membayar serta melaporkan kewajiban dan hak perpajakannya. Dalam hal ini dikenal dengan :

1. Mendaftarkan diri di Kantor Pelayanan Pajak.
2. Menghitung dan atau memperhitungkan sendiri jumlah pajak yang terutang.

3. Menyetor pajak tersebut ke bank persepsi/kantor pos.
4. Melaporkan penyetoran tersebut kepada Direktur Jenderal Pajak.
5. Menetapkan sendiri jumlah pajak yang terutang melalui pengisian SPT (Surat Pemberitahuan) dengan baik dan benar.

Tata cara pemungutan pajak dengan *self assessment system* akan berhasil dengan baik apabila masyarakat mempunyai pengetahuan dan disiplin pajak yang tinggi, di mana ciri-ciri *self assessment system* adalah adanya kepastian hukum, sederhana, penghitungannya, mudah pelaksanaannya, lebih adil dan merata, dan penghitungan pajak dilakukan oleh wajib pajak. Menurut Rimsky K. Judisseno selanjutnya dikutip oleh Siti Kurnia Rahayu dan Sony Devano, menjelaskan bahwa : “*Self assessment system* diberlakukan untuk memberikan kepercayaan yang sebesar-besarnya bagi masyarakat guna meningkatkan kesadaran dan peran masyarakat dalam menyetorkan pajaknya. Konsekuensinya, masyarakat harus benar-benar mengetahui tata cara perhitungan pajak dan segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan pemenuhan perpajakan”. (2010:102)

Self assessment system menyebabkan wajib pajak mendapat beban berat karena semua aktivitas pemenuhan kewajiban perpajakan dilakukan oleh wajib pajak sendiri. Wajib pajak harus melaporkan semua informasi yang relevan dalam SPT, menghitung dasar pengenaan pajak, menghitung jumlah pajak terutang, menyetorkan jumlah pajak terutang. Karena menuntut kepatuhan secara sukarela dari wajib pajak maka sistem ini juga akan menimbulkan peluang besar bagi wajib pajak untuk melakukan

tindakan kecurangan, manipulasi perhitungan jumlah pajak, penggelapan jumlah pajak yang harusnya dibayarkan. Adapun ciri self assessment system, antara lain :

- a. Wajib pajak (dapat dibantu oleh konsultan pajak) melakukan peran aktif dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.
- b. Wajib pajak adalah pihak yang bertanggung jawab penuh atas kewajiban perpajakannya sendiri.
- c. Pemerintah dalam hal ini instansi perpajakan, melakukan pembinaan, penelitian dan pengawasan terhadap pelaksanaan kewajiban perpajakan bagi wajib pajak, melalui pemeriksaan pajak dan penerapan sanksi pelanggaran dalam bidang pajak sesuai peraturan yang berlaku.

Sistem pemungutan pajak tersebut mempunyai arti bahwa pemberian kepercayaan sepenuhnya pada wajib pajak (dapat dibantu konsultan pajak) untuk menentukan penetapan besarnya pajak yang terutang sendiri dan kemudian melaporkan pembayaran pajak dan penghitungan pajak secara teratur jumlah pajak terutang dan yang telah dibayar sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundangundangan perpajakan.

Modernisasi Administrasi Pajak

Konsep dari modernisasi pajak adalah pelayanan prima dan pengawasan intensif dengan tujuan pelaksanaan good governance. Tujuannya, meningkatkan kepatuhan pajak dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan, serta produktivitas pegawai pajak yang tinggi. Hal mendasar

dalam modernisasi pajak adalah terjadinya perubahan paradigma perpajakan yang lebih mengedepankan aspek pelayanan kepada masyarakat yang didukung oleh fungsi pengawasan, pemeriksaan maupun penagihan pajak. Administrasi perpajakan berperan penting dalam sistem perpajakan disuatu negara. Suatu negara dapat dengan sukses mencapai sasaran yang diharapkan dengan menghasilkan Efektifitas Penerimaan Pajak yang optimal karena administrasi perpajakannya mampu dengan efektif melaksanakan sistem perpajakan disuatu negara yang dipilih.

Pengertian modernisasi administrasi perpajakan menurut Djazoei Sadhani adalah Modernisasi administrasi perpajakan adalah suatu proses reformasi pembaharuan dalam bidang administrasi pajak yang dilakukan secara komprehensif, meliputi aspek teknologi informasi yaitu perangkat lunak, perangkat keras, dan sumber daya manusia dengan tujuan mencapai tingkat kepatuhan perpajakan dan tercapainya produktivitas kinerja aparat perpajakan yang tinggi, sehingga diharapkan dapat mengurangi praktek Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Definisi kualitas pelayanan yang ditulis Lewis dan Baums yang dikutip oleh Lena Elitan, Ph.D dan Lina Anatan, Msi menjelaskan bahwa :“Kualitas layanan merupakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi pelanggan, jadi kualitas pelayanan

diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta keteapan penyampaian pelanggan tersebut membagi harapan pelanggan”. (2007:25)

Rangkaian kegiatan terpadu yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

a. Pelayanan umum yang sederhana

Pelayanan umum berkualitas apabila pelaksanaannya tidak menyulitkan, prosedurnya tidak banyak seluk-beluknya, persyaratan mudah dipenuhi pelanggan. Tidak bertele-tele, tidak mencari kesempatan dalam kesempitan.

b. Pelayanan umum yang terbuka

Aparatur yang bertugas melayani pelanggan harus memberikan penjelasansejukur-jujurnya, apa adanya dalam peraturan atau norma, jangan menakut-nakuti,jangan merasa berjasa dalam memberikan pelayanan agar tidak timbulkeinginan mengharapakan imbalan dari pelanggan. Standar pelayanan harusdiumumkan, ditempel pada pintu utama kantor.

c. Pelayanan umum yang lancar

Untuk menjadi lancar diperlukan sarana yang menunjang kecepatan dalam menghasilkan output.

d. Pelayanan umum yang dapat menyajikan secara tepat

Yang dimaksud tepat di sini adalah tepat arah, tepat sasaran, tepat waktu, tepat jawaban, dan tepat dalam memenuhi janji. Misal kantor pelayanan pajak dalam melakukan penagihan pajak tepat pada waktu wajib pajak memiliki uang.

e. Pelayanan umum yang lengkap

Lengkap berarti tersedia apa yang diperlukan oleh pelanggan. Untuk dapat menjamin pelayanan berkualitas harus didukung sumber daya manusia dan

sarana yang tersedia.

f. Pelayanan umum yang wajar

Pelayanan umum yang wajar berarti tidak ditambah-tambah menjadi pelayanan yang bergaya mewah, tidak dibuat-buat, pelayanan biasa seperlunya sehingga tidak memberatkan pelanggan.

g. Pelayanan umum yang terjangkau

Dalam memberikan pelayanan, uang retribusi dari pelanggan yang diberikan harus dapat dijangkau oleh pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas harus dapat memberikan 4K yaitu keamanan, kenyamanan, kelancaran, dan kepastian hukum. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan, dapat memberikan pelayanan dengan tanggapan, kemampuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki oleh aparat pajak. Di samping itu, juga kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, memahami kebutuhan wajib pajak, tersedianya fasilitas fisik termasuk sarana komunikasi yang memadai, dan pegawai yang cakap dalam tugasnya.

Kepatuhan wajib pajak dapat diukur dari pemahaman terhadap semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar, membayar dan melaporkan pajak yang terutang tepat pada waktunya. Menurut Karante seperti yang dikutip Siti Kurnia Rahayu menjelaskan bahwa :
“Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah beserta aparat perpajakan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak”. (2010: 28)

Salah satu langkah penting yang harus dilakukan pemerintah sebagai wujud nyata kepedulian pada pentingnya kualitas pelayanan adalah memberikan pelayanan prima kepada Wajib Pajak dalam mengoptimalkan penerimaan Negara. Tujuan pelayanan prima ini adalah

- (1) Tercapainya tingkat kepatuhan sukarela Wajib Pajak yang tinggi
- (2) Tercapainya tingkat kepercayaan terhadap administrasi perpajakan yang tinggi
- (3) Tercapainya produktivitas aparat perpajakan yang tinggi

Pelayanan perpajakan sebagai pelayanan publik. Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (Men-Pan) No. 81 tahun 1993 mengartikan pelayanan umum atau pelayanan publik adalah segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah dan dilingkungan BUMN/D dalam bentuk barang dan jasa baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka melaksanakan peraturan perundang-undangan. Pelayanan pajak merupakan produk pelayanan dari instansi pemerintah yang khusus berwenang mengurus masalah pajak yaitu Direktorat Jenderal Pajak. Kendati DJP tidak memberikan pelayanan secara maksimal, penerimaan pajak yang ditetapkan dalam target penerimaan tetap akan tercapai, berbeda dengan organisasi lain. Hal ini disebabkan karena adanya sistem perpajakan yang disebut Self assessment system. Unsur-unsur yang terkandung dalam sistem tersebut adalah

- a) Unsur otomatis, di mana Wajib Pajak akan secara otomatis menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri

pajak-pajak yang terhutang dalam suatu periode tertentu.

- b) Unsur ditegakannya hukum di mana adanya sifat dapat dipaksakan dengan pemberian sanksi jika undang-undang dan peraturan yang mengaturnya dilanggar.
- c) Unsur kekuasaan di mana kekuasaan dapat digunakan untuk menjamin ditaatinya semua hukum dan peraturan.

Kinerja pelayanan yang baik tetap harus diperhatikan oleh DJP untuk dimungkinkannya diperoleh manfaat ganda apabila dikombinasikan dengan unsur-unsur self assessment untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan bagi Wajib Pajak dan secara tidak langsung akan meningkatkan pula penerimaan pajak.

Salah satu langkah penting yang dilakukan DJP sebagai wujud nyata kepedulian pada pentingnya kualitas pelayanan adalah memberikan pelayanan prima kepada Wajib Pajak dalam mengoptimalkan penerimaan Negara. Untuk itu pada awal tahun 2003 dibentuk Tim Modernisasi Administrasi Perpajakan Jangka Menengah yang menyusun administrasi perpajakan modern dengan sasaran :

1. Tercapainya tingkat kepatuhan sukarela Wajib Pajak yang tinggi
2. Tercapainya tingkat kepercayaan terhadap administrasi perpajakan yang tinggi
3. Tercapainya produktivitas aparat perpajakan yang tinggi.

Apabila setiap pegawai DJP dapat memaknai bahwa bekerja adalah memberikan pelayanan untuk memuaskan stakeholder maka setiap pekerjaan baik yang berkaitan

dengan tuntutan Negara akan dapat mengoptimalkan harapan dan tujuan Negara. Wajib Pajak sebagai pihak yang dilayani oleh institusi DJP dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakannya untuk kepentingan Negara dan dapat menentukan tingkat pelayanan publik yang diberikan oleh instansi memiliki hak-hak yang harus diperhatikan yaitu :

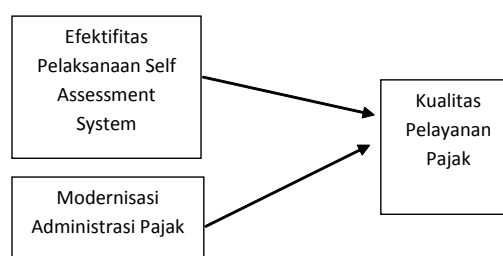
1. Diperlakukan dengan manusiawi, sopan, jujur dan hormat
2. Mendapatkan jawaban atas permintaan mereka dengan cepat dan pasti
3. Mendapat pelayanan yang tepat waktu
4. Berhak mengeluhkan pelayanan yang buruk atau tidak memuaskan

Pengembangan Hipotesis

Sistem self assessment memberikan kepercayaan penuh kepada Wajib Pajak, maka selayaknya diimbangi dengan adanya pengawasan yang diberikan tidak disalahgunakan. Ini menjadikan tugas Direktorat Jenderal Pajak untuk menetapkan pajak setiap Wajib Pajak menjadi berkurang. Dalam prinsip self assesment system, penentuan besarnya pajak terutang dipercayakan kepada Wajib Pajak sendiri melalui Surat Pemberitahuan (SPT) yang disampaikan. Perubahan sistem pemungutan pajak dari official assesment menjadi self assesment, merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kemandirian dalam pembiayaan pembangunan dari penerimaan dalam negeri yang berasal dari pajak

Selain itu, upaya yang dilakukan oleh DJP dalam meningkatkan Efektifitas Penerimaan Pajak yaitu dengan pelaksanaan Modernisasi Administrasi Perpajakan. Hal ini diharapkan dapat memaksimalkan usaha untuk mendapatkan serta mencapai

target yang telah ditetapkan. Jika ada koordinasi antara pihak yang bertanggung jawab dalam Modernisasi Administrasi Perpajakan, maka usaha untuk mencapai target pajak mudah tercapai. Hal ini dapat meningkatkan kepatuhan, kesadaran dan kepercayaan masyarakat serta kualitas pelayanan pajak bagi Wajib Pajak. Usaha ini mengharapkan penerimaan pajak akan meningkat dan mencapai target yang telah ditetapkan atau bahkan bisa melampaui targetnya.



Gambar: Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka pemikiran dan asumsi di atas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H1 : Efektifitas Pelaksanaan self assesment system berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik

H2: Modernisasi Administrasi Perpajakan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik.

H3: Efektifitas Pelaksanaan Self assesment system dan Modernisasi Administrasi Pajak berpengaruh simultan terhadap kualitas pelayanan pajak.

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah 32.725 wajib pajak yang terdaftar di Kantor

Pelayanan Pajak Pratama Kebon Jeruk Satu. Untuk menentukan ukuran sampel Wajib Pajak Pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kebon Jeruk Satu digunakan teknik perumusan sampel dari Roscoe, yaitu sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 – 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : Pria-Wanita, Pegawai Negeri-Swasta, dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan dilakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Dari hasil pendapat Roscoe diatas di dapat hasil untuk penelitian ini kira-kira 80 wajib pajak pribadi yang di perlukan untuk melakukan analisis ini. Untuk mempermudah perhitungan maka jumlah wajib pajak badan yang digunakan untuk

penelitian ini dibulatkan menjadi 100 wajib pajak pribadi. Tingkat kesalahan/eror yang digunakan adalah sebesar 5% dengan mengangkat dasar bahwa penelitian ini adalah penelitian dibidang ilmu sosial, dimana tingkat kesalahan sebesar 5% masih bisa ditolerir (Hanif,2002).

Definisi Operasionalisasi Variabel

1. Pelaksanaan self assessment system
Self Assessment System adalah suatu sistem yang memberikan kepercayaan dan tanggung jawab kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan dan membayar sendiri jumlah pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.
2. Modernisasi Administrasi Perpajakan
Administrasi Perpajakan yaitu restrukturisasi organisasi, perbaikan business process, penyempurnaan sistem manajemen sumber daya manusia dan tujuan pelaksanaan good governance.
3. Kualitas Pelayanan Publik

Tabel 3.1 Indikator Variabel

Keterangan	Indikator	Sumber
Efektifitas Pelaksanaan <i>Self Assessment System</i> (X1)	1. Mendaftarkan Diri ke Kantor Pelayanan Pajak 2. Menghitung Pajak oleh Wajib pajak 3. Membayar Pajak dilakukan sendiri oleh Wajib Pajak 4. Pelaporan dilakukan oleh Wajib Pajak	Perpajakan : Konsep, Teori dan Isu (Siti Kurnia Rahayu, 2006)
Modernisasi Administrasi Perpajakan (X2)	1. Sumber Daya Manusia 2. Business Process 3. Good Governance 4. Restruktur Organisasi	Ruang Lingkup Modernisasi Administrasi Perpajakan (Siti Kurnia Rahayu, 2010)
Kualitas Pelayanan Pajak (Y)	1. Ketepatan pelayanan 2. Kecepatan Pelayanan 3. Kenyamanan pelayanan 4. Etika Pelayanan	Kualitas Pelayanan, Zethamal dan Berry, dikutip oleh Lena Elitan dan Lina Anatan

Sumber : data diolah Peneliti

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi pelanggan, jadi kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta keteapan penyampaian pelanggan tersebut membagi harapan pelanggan.

Metode Pengumpulan Data

Menurut J, Supranto dalam Vicky Wicaksana (2007), pada dasarnya ada tiga macam metode pengumpulan data dalam riset yaitu : metode sensus, metode sampling, metode studi kasus. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sampling, yaitu suatu cara penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta atau gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner pada wajib pajak pribadi di KPP Kebon Jeruk 1. Kuisioner berisi pertanyaan yang mewakili setiap variabel yang ada di penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah cara- cara mengolah data yang telah terkumpul kemudian dapat memberikan interpretasi. Hasil pengolahan data ini digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linear berganda dengan SPSS 18.

Langkah-langkah dalam menganalisa data menggunakan SPSS 18 adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik

Uji ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas

3. Analisis data

Menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

4. Pengujian Hipotesis

Menggunakan Uji F untuk melihat pengaruh secara simultan, dan Uji T untuk melihat pengaruh secara parsial.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisa dengan menggunakan SPSS 18 dapat dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas Pelayanan Pajak. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas variabel. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi Pajak layak digunakan dalam analisis dan memenuhi asumsi validitas dan reliabilitas.

1. Pengaruh Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System terhadap Kualitas Pelayanan Pajak.

Penerapan Self Assessment System menghasilkan nilai thitung 2,571 terhadap kualitas pelayanan pajak, nilai ini lebih besar daripada nilai ttabel 2,042. Dari nilai thitung tersebut dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya penerapan self asesment system ternyata mempengaruhi seorang WP untuk lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Hal ini terjadi karena WP terbiasa dengan datang langsung ke kantor pajak untuk melakukan kewajibannya dalam bidang pajak karena sudah terbiasa dan lebih prosedural.

2. Pengaruh Modernisasi Administrasi

Pajak terhadap Kualitas Pelayanan Pajak.

Pengujian statistik yang telah dilakukan memberikan hasil $t_{hitung} 5.005 > 1.984$, hal ini membuktikan bahwa modernisasi administrasi pajak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas Pelayanan pajak yaitu bahwa sistem administrasi perpajakan modern yang meliputi struktur organisasi, pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam penyempurnaan proses bisnis, penyempurnaan manajemen sumber daya manusia, serta pelaksanaan good governance secara keseluruhan sudah dilaksanakan dengan baik. Hasil tersebut sesuai dengan pernyataan Dessy Kusuma (2010) yang menyatakan Pelaksanaan Sistem Administrasi perpajakan modern pada kantor pelayanan pajak pratama di wilayah Kota Bandung berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak, dengan arah hubungan positif.

3. Pengaruh simultan Efektifitas Pelaksanaan self Assessment System dan Modernisasi Administrasi Pajak terhadap Kualitas Pelayanan Pajak.

Model penelitian ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0.00 dan berada di bawah nilai signifikansi 0.05 atau 5%, maka dapat dikatakan bahwa model regresi linear berganda layak digunakan dalam penelitian ini. Dan nilai F hitung 14.889 yang berarti lebih besar daripada F tabel sebesar 3.936, hal ini menunjukkan bahwa variabel efektifitas pelaksanaan Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi perpajakan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan Pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Pajak. Hal itu terlihat dari $t_{tabel} (2.571 > 1.984)$ artinya Efektifitas pelaksanaan Self Assessment System berpengaruh dikarenakan pelaksanaan kewajiban perpajakan oleh wajib pajak secara sukarela dan sesuai dengan ketentuan undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku.

2. Pelaksanaan Modernisasi Administrasi Perpajakan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Pajak. Hal ini dikarenakan Modernisasi Administrasi Perpajakan dapat meningkatkan kepercayaan serta kepatuhan Wajib Pajak dengan pelayanan yang prima, pengawasan intensif dengan tujuan Good Governance sehingga dengan begitu masyarakat lebih nyaman dan dapat meningkatkan Efektifitas Penerimaan Pajak itu sendiri.

3. Efektifitas Pelaksanaan Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi Pajak secara simultan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pajak. Hal ini ditunjukkan dengan Dan nilai F hitung 14.889 yang berarti lebih besar daripada F tabel sebesar 3.936, hal ini menunjukkan bahwa variabel efektifitas pelaksanaan Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi perpajakan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan Pajak.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan yang telah disampaikan adalah sebagai berikut :

Praktis

1. Kinerja pelayanan yang baik tetap harus diperhatikan oleh DJP untuk dimungkinkannya diperoleh manfaat ganda apabila dikombinasikan dengan unsur-unsur self assessment untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan bagi Wajib Pajak dan secara tidak langsung akan meningkatkan pula penerimaan pajak.
2. Menjalinkan kerjasama dengan pihak ketiga dalam rangka mempermudah upaya Sosialisasi Modernisasi Administrasi Perpajakan dan diharapkan akan meningkatkan kesadaran, kepatuhan dan kepercayaan wajib pajak diiringi peningkatan Efektivitas Penerimaan Pajak yang signifikan.

Akademik

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat menggunakan faktor-faktor lain yang dapat digunakan untuk melihat pengaruhnya Kualitas Pelayanan Pajak. Penelitian hanya dilakukan dalam lingkup populasi yang sangat kecil, yaitu di kelurahan Kebon Jeruk Jakarta Barat, maka diharapkan sampel diperluas agar dapat menggambarkan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini secara keseluruhan. Misalnya di seluruh wilayah Jakarta sebagai ibukota Indonesia yang relatif heterogen.
2. Peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain selain Variabel Self Assessment System dan Modernisasi Administrasi Perpajakan yang bisa

berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pajak. Selain itu bisa mengeksplorasi pencapaian efektifitas pelaksanaan Self Assessment System agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai Direktorat Jendral Pajak.

3. Mengingat keterbatasan peneliti dalam hal waktu yang tersedia, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih aktif dalam pencarian dan pengumpulan data agar dapat menyempurnakan penelitian ini dengan data yang lebih dari cukup.

Daftar Pustaka

- Amalia Dwi Lestari, "Tinjauan atas Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Pada Seksi Pelayanan Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Karees", 2010
- Andhika Ari Winidiah, "Pelaksanaan Self-Assessment System dalam Memenuhi Kewajiban Pajak dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya kepada fiskus", 2010
- Boediono B., Pelayanan Prima Perpajakan. Jakarta : PT Rineke Cipta, 2003
- Devano Sony, Siti Kurnia Rahayu, Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu, 2006, Jakarta : Prenada Media Group.
- Dessy Kusuma Dewi, "Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern Terhadap Penerimaan Pajak Pada kantor Pelayanan Pajak Pratama Di Wilayah Kota Bandung", 2010
- Farida Aryani. "Peranan Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak", 2005

- Gunadi M, Djoned, Administrasi Pajak. Jakarta : Lembaga Pengkajian Keuangan Publik dan Akuntansi Pemerintah Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan, 2005
- GunawanSetiyajidanHidayat Amir. “Evaluasi Kinerja Sistem Perpajakan Indonesia”, 2005
- Harahap Abdul Asri,. Paradigma Baru Perpajakan Indonesia Perspektif Ekonomi, 2004
- Ismawan Indra, Memahami Reformasi Perpajakan 2000. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2001
- John Hutagaol, Self Assessment Implementasi & Kendalanya ,Jurnal Perpajakan Indonesia, Volume 4, No 4 , 2005
- Mardiasmo, Perpajakan Edisi Revisi 2006. Yogyakarta : Andi.
- Ni Luh Supadmi, Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan, 2005
- Rahayu, Siti Kurnia, Perpajakan Indonesia Konsep & Aspek Formal, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009
- Rapina, Jerry, Yenni Carolina, Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Survey Terhadap Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying), Jurnal Riset Akuntansi Vol.III No.2 Oktober 2011
- Sadhani, Djazoeli, Menuju Good Governance Melalui Modernisasi Pajak, [online], tersedia://www.bisnisindonesia.com[23 Mei 2005]
- Sitinjak, Tumpal JR dan Sugiarto, Lisrel. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005
- Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis”, Bandung : Alfabeta, 2009
- Soemitro Rochmat. Asas dan Dasar Perpajakan, 2004, Bandung : PT Refika Aditama.
- Tedy Iswahyudi, “Sistem E-Registration Antara Tantangan dan Harapan”, 2004
- Tjiptono Fany. Manajemen Jasa. 2002, Yogyakarta : Andi.
- Tri Handarani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepuasan dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Kebayoran Lama”, 2010
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16, Tahun 2000 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-undang Nomor 6, Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Jakarta : Penerbit Buku Berita Pajak.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17, Tahun 2000 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 7, Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan. Jakarta : Penerbit Buku Berita Pajak
- www.pajak.go.id

Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Dosen Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Jember

Nurul Qomariah

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember

qomariahn66@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel budaya organisasi, kepemimpinan dan komitmen organisasi terhadap kinerja dosen pada perguruan tinggi swasta yang ada di Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari tenaga pengajar/dosen pada PTS di Kabupaten Jember. Metode pengambilan sampelnya adalah purposive random sampling dengan kriteria dosen yang telah mengajar minimal 2 tahun dengan jumlah sampel sebanyak 110 dosen. Metode analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terikat yang terdiri dari budaya organisasi, kepemimpinan dan komitmen organisasi mampu memberikan sumbangan sebesar 75% terhadap kinerja dosen. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa variabel budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja dosen, sedangkan variabel kepemimpinan dan komitmen organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja dosen.

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam rangka pengembangan sumberdaya manusia. Pendidikan merupakan faktor yang terkait langsung dengan kemampuan dan kemajuan masyarakat. Hal ini disebabkan karena pendidikan mampu membentuk pola berfikir masyarakat kearah yang lebih baik. Makin tinggi tingkat pendidikan suatu masyarakat maka secara tidak langsung akan mendorong tingkat pembangunan nasional makin cepat dan terarah menuju perkembangan yang dicita-citakan. Pendidikan disadari menjadi salah satu faktor penting bagi bangsa Indonesia untuk bisa bersaing di era global. Peran lembaga pendidikan sebagai tempat penempatan

belajar masyarakat untuk menyerap segala ilmu secara mendalam menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan pembangunan di masa mendatang (Mundarti,2007)

Peningkatan kualitas pendidikan menjadi fondasi yang kuat dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Tantangan paling berat tentunya pada Lembaga Pendidikan Tinggi yang dipercaya sebagai lembaga yang berkompeten mempersiapkan sumberdaya manusia yang unggul. Melalui lembaga pendidikan tinggi diharapkan ada serapan ilmu (*transfer of science*), serapan pengetahuan (*transfer of knowledge*), serapan informasi (*transfer of information*) dan serapan teknologi (*transfer of technology*)(Wantara,2008)

Dalam UU No. 20 Tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa masyarakat menjadi mitra pemerintah dalam penyelenggaraan usaha pendidikan. Pernyataan dari undang-undang pendidikan tersebut membuka peluang untuk mendirikan perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta. Hal ini dikarenakan keberadaan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang ada sekarang ini tidak mampu menyerap seluruh lulusan SMU/SMK yang telah lulus untuk melanjutkan kuliah. Tumbuh suburnya lembaga pendidikan tinggi berupa Perguruan Tinggi Swasta (PTS) merupakan sebuah upaya pemerintah mengatasi permasalahan ini. (Sembiring, 2008)

Tumbuh suburnya perguruan tinggi swasta saat ini membuat tingkat persaingan di industri pendidikan semakin meningkat. Oleh karena itu pihak lembaga pendidikan swasta ini dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan kepada para pengguna jasa pendidikan yang ada. Kualitas lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh masukan bagi sistem pendidikan diantaranya adalah mahasiswa, dosen dan fasilitas sarana pendukung proses belajar mengajar. Ketiga faktor tersebut saling tergantung dan mempengaruhi satu sama lain dalam menciptakan proses belajar mengajar yang berhasil. Dosen adalah seseorang yang berdasarkan pendidikan dan keahliannya diangkat oleh penyelenggara perguruan tinggi dengan tugas utama mengajar. Menurut Undang-Undang Guru dan Dosen nomor 14 tahun 2005, dosen adalah pendidik profesional dari ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan

dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. (Mundiarti, 2007)

Faktor utama penyebab rendahnya mutu pendidikan adalah kondisi pengajar yaitu kualifikasinya tidak layak atau mengajar tidak sesuai bidang keahliannya. Tantangan yang terkait dengan mutu pendidik mencakup tantangan pribadi, kompetensial pribadi maupun ketrampilan pendidik dalam melaksanakan tugasnya. Kinerja dosen diukur berdasarkan beban kerja dosen mencakup kegiatan pokok yaitu merencanakan pembelajaran, melaksanakan proses pembelajaran, melakukan evaluasi pembelajaran, membimbing dan melatih, melakukan penelitian, melakukan pengabdian pada masyarakat dan melakukan tugas tambahan. Beban kerja dosen sepadan dengan 12 satuan kredit semester (SKS) dan sebanyak banyaknya 16 satuan kredit semester (SKS). (Dikti, 2010)

Peningkatan kinerja dosen perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan swasta dalam upaya peningkatan pelayanan kepada pengguna jasa pendidikan mengingat semakin meningkatnya persaingan di industri jasa pendidikan. Peningkatan kinerja dosen harus dilakukan perguruan tinggi untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional. Kualitas lulusan perguruan tinggi juga ditentukan oleh kompetensi dosen dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian dan pengabdiannya kepada masyarakat. Oleh karena itu pihak pimpinan perguruan tinggi swasta yang ada di Kabupaten Jember dituntut untuk melakukan peningkatan kinerja

dosen dalam upaya pelayanan pendidikan kepada para pengguna jasa perguruan tinggi swasta yang ada. Dari uraian di atas maka ada beberapa permasalahan penelitian yang dapat dirumuskan yaitu : Bagaimana lembaga perguruan tinggi swasta yang ada di Kabupaten Jember melakukan peningkatan kinerja dosen jika dikaitkan dengan variabel budaya organisasi, kepuasan kerja dan komitmen organisasi sehingga dapat memberikan layanan pendidikan yang prima kepada para pengguna jasa pendidikan yang ada. Adapun tujuan daripada penelitian ini adalah (1) untuk menguji dan menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja dosen pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember, (2) untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja dosen pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember, (3) untuk menguji dan menganalisis pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja dosen pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Fungsi Budaya Organisasi

Budaya organisasi merupakan nilai-nilai dasar dalam organisasi yang diyakini kebenarannya oleh seluruh anggota organisasi dalam hubungannya dengan penyelesaian masalah internal dan eksternal organisasi. Dalam beradaptasi dengan lingkungan eksternal dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, serta melakukan integrasi internal, budaya organisasi berfungsi sebagai pengikat seluruh komponen organisasi terutama saat organisasi mengalami goncangan (*organization blunder*).

Budaya organisasi merupakan alat untuk menyatukan beragam sifat dan karakter serta bakat dan kemampuan yang beragam yang ada dalam organisasi (integrator), merupakan salah satu dari identitas organisasi. Budaya organisasi juga berfungsi sebagai suntikan energi untuk mencapai kinerja yang tinggi. Budaya organisasi merupakan representasi dari ciri kualitas yang berlaku dalam organisasi.

Budaya yang kuat akan menjadi motivator yang kuat bagi para anggota organisasi. Budaya organisasi yang telah mengakar kuat dapat menjadi pedoman gaya kepemimpinan yang sesuai untuk kondisi organisasi yang bersangkutan, salah satu fungsi organisasi adalah meningkatkan nilai dari para stakeholdernya, budaya organisasi yang kuat dan meresap kuat dalam setiap benak anggota organisasi akan menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan nilai bagi para anggota pelanggan, pemasok dan pihak lain yang berhubungan dengan organisasi tersebut (Susanto, 2008).

Kajian budaya organisasi menurut Schein (1991:93) yaitu budaya organisasi mengacu kesistem makna bersama yang dianut oleh anggota yang membedakan organisasi itu terhadap organisasi yang lain. Dari sumber yang sama Robbins (2003) memaknai budaya organisasi sebagai filosofi dasar yang memberikan arahan bagi kebijakan organisasi dalam pengelolaan pegawai dan nasabah.

Budaya organisasi adalah masalah yang sangat penting, oleh karena itu pada buku lain dijelaskan, menurut Schein (1991:63), mendefinisikan budaya organisasi sebagai

pola asumsi-asumsi yang mendasar dimana kelompok yang ada menciptakan, menemukan atau berkembang dalam proses belajar untuk menanggulangi kesulitan-kesulitan *adaptasi eksternal* dan *integrasi internal*.

Pentingnya budaya juga diungkapkan oleh Robins(2003:247) bahwa budaya organisasi adalah suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi, suatu sistem dari makna bersama.

Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah suatu proses dimana individu mempengaruhi kelompok untuk mencapai tujuan umum. (Northouse, 2003). Sedangkan menurut Wursanto (2003) kepemimpinan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang atau individu (pimpinan) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (bawahan, pengikut) sehingga orang lain tersebut mengikuti apa yang menjadi kehendaknya. Selanjutnya Durbin (2001) mendefinisikan kepemimpinan itu adalah kemampuan untuk menanamkan keyakinan dan memperoleh dukungan dari anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan adalah seni untuk memampukan (Covey, 2006).

Hersey dan Blanchard (1992) berpendapat bahwa gaya kepemimpinan pada dasarnya merupakan perwujudan dari tiga komponen, yaitu pemimpin itu sendiri, bawahan, serta situasi di mana proses kepemimpinan tersebut diwujudkan. Bertolak dari pemikiran tersebut. Menurut Hersey dan Blanchard (1992), pimpinan (p) adalah seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain atau kelompok

untuk melakukan unjuk kerja maksimum yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan organisasi. Organisasi akan berjalan dengan baik jika pimpinan mempunyai kecakapan dalam bidangnya, dan setiap pimpinan mempunyai keterampilan yang berbeda, seperti keterampilan teknis, manusiawi dan konseptual. Sedangkan bawahan adalah seorang atau sekelompok orang yang merupakan anggota dari suatu perkumpulan atau pengikut yang setiap saat siap melaksanakan perintah atau tugas yang telah disepakati bersama guna mencapai tujuan. Dalam suatu organisasi, bawahan mempunyai peranan yang sangat strategis, karena sukses tidaknya seseorang pimpinan bergantung kepada para pengikutnya ini. Oleh sebab itu, seorang pemimpin dituntut untuk memilih bawahan dengan secermat mungkin.

Gaya yang diperlukan untuk menggerakkan suatu grup melalui tahapan-tahapan yang berhubungan dengan alur dari empat gaya kepemimpinan situasional, yaitu:

1. Mengarahkan (*Directing*)

Mengarahkan (*directing*) adalah perilaku yang sesuai untuk tahapan orientasi di mana sasaran-sasaran akhir dan peranan-peranan harus secara jelas didefinisikan. orientasi tugas tinggi hubungan rendah, Pemimpin mendefinisikan peran dan memerintahkan kepada orang-orangnya apa, bagaimana, kapan, dan dimana melakukan berbagai tugas, Perilaku ini menekankan pada perilaku pengarah (direktif).

2. Memberi dukungan (*Supporting*)

Memberi dukungan (*supporting*), di mana bawahan menentukan arahnya sendiri untuk bagi tingkat kematangan dari sedang ke tinggi. Orientasi tugas

tinggi, hubungan tinggi pemimpin memberikan baik perilaku maupun perilaku pendukung.

3. Pendelegasian (*Delegating*)

Pendelegasian (*delegating*), adalah bagi tingkat kematangan yang tinggi. Orang-orang dengan tingkat kematangan seperti ini adalah mampu dan mau, atau mempunyai keyakinan untuk memikul tanggung jawab. orientasi tugas rendah, hubungan rendah.

4. Membimbing (*Coaching*)

Membimbing (*coaching*), adalah esensial untuk menggerakkan suatu grup melalui tahapan ketidakpuasan di mana grup memerlukan pengarahan, dukungan, dorongan semangat, serta ingin didengar opininya. Orientasi tugas rendah hubungan tinggi, pemimpin dan pengikut bersama-sama mengambil keputusan.

Komitmen Organisasi

Menurut Stevens *et al.* (dalam Djati, 2008), konsep komitmen organisasi dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu pendekatan pertukaran dan pendekatan psikologi. Pendekatan pertukaran berpendapat bahwa komitmen adalah hasil dari transaksi antara organisasi dengan anggotanya atau dalam hal ini karyawannya. Penekanan utama pendekatan pertukaran ini adalah keunggulan dan kelemahan yang diterima oleh karyawan sebagai hasil dari transaksi tersebut.

Pendekatan psikologi dikonsepkan pertama kali oleh Smith (1993). Menurut Smith (1993), komitmen adalah orientasi aktif dan positif terhadap organisasi. Berdasarkan pendapat ini komitmen meliputi 3 komponen orientasi yaitu

identifikasi tujuan dan nilai-nilai organisasi, keterlibatan yang tinggi dalam lingkungan kerja dan kesetiaan pada organisasi. Meyer and Allen (1997) membagi komitmen menjadi tiga kelompok yaitu :

1. Komitmen afektif

Komitmen afektif mengacu pada emosi yang melekat pada karyawan untuk mengidentifikasi dan melibatkan dirinya dengan organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang kuat cenderung secara terus menerus akan setia pada organisasi karena memang begitu keinginan mereka yang sebenarnya ada dalam hati mereka.

2. Komitmen normatif

Komitmen normatif mengacu pada refleksi perasaan akan kewajiban untuk menjadi karyawan perusahaan. Karyawan dengan komitmen normatif yang tinggi merasa bahwa mereka memang seharusnya tetap bekerja pada organisasi tempat mereka bekerja sekarang.

3. Komitmen berkelanjutan

Komitmen yang berkelanjutan mengacu kepada kesadaran karyawan yang berkaitan dengan akibat meninggalkan organisasi.

Konsep Kinerja Karyawan

Hasibuan (2000), mengatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/ kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis suatu organisasi. Hal tersebut sesuai dengan konsep kinerja yang terbagi dalam 3 (tiga) bagian yakni: kinerja individu, kinerja kelompok, dan kinerja organisasi. Pengukuran kinerja

dalam penelitian ini adalah pengukuran kinerja individual dengan penilaian diri sendiri (*self appraisal*) .

Menurut Dikti (2010) pengukuran kinerja dosen dapat dievaluasi melalui pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan baik pada bidang sebagai berikut :

(1) Pendidikan dan pengajaran

Tugas melakukan pendidikan merupakan tugas di bidang pendidikan dan pengajaran yang dapat berupa melaksanakan perkuliahan/tutorial dan menguji serta menyelenggarakan kegiatan pendidikan di laboratorium, praktik keguruan, praktik bengkel/studio/kebun percobaan/taknologi pengajaran; membimbing seminar mahasiswa, membimbing kuliah kerja nyata (KKN), Praktek Kerja Lapangan (PKL), Praktek Kerja Nyata (PKN), membimbing tugas akhir penelitian mahasiswa termasuk membimbing, pembuatan laporan hasil penelitian tugas akhir, pengujian pada ujian akhir, membina kegiatan mahasiswa di bidang akademik dan kemahasiswaan, mengembangkan program perkuliahan, mengembangkan bahan pengajaran, menyampaikan orasi ilmiah, membimbing dosen yang lebih rendah jabatannya, melaksanakan kegiatan deta sering dan pencakokan dosen.

(2) Penelitian dan pengembangan karya ilmiah

Kegiatan dosen yang menghasilkan karya penelitian seperti menerjemahkan/ menyadur buku ilmiah: mengedit/ menyunting, membuat rancangan dan karya teknologi, membuat rancangan karya seni.

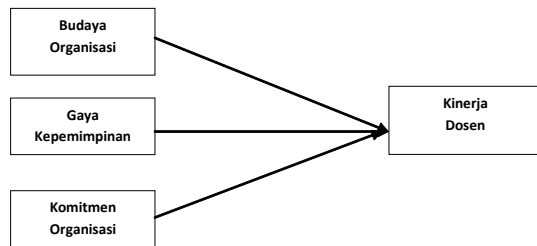
(3) Pengabdian Kepada Masyarakat

Menduduki jabatan pimpinan dalam lembaga pemerintahan/pejabat Negara sehingga harus dibedakan dari jabatan organiknya; melaksanakan pengembangan hasil pendidikan dan penelitian yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat; memberi latihan/ penyuluhan/penataan pada masyarakat; memberi pelayanan kepada masyarakat atau kegiatan lain yang menunjang pelaksanaan tugas umum pemerintah dan pembangunan; membuat/menulis karya pengabdian kepada masyarakat.

(4) Kegiatan Penunjang Lainnya

Tugas penunjang Tridharma Perguruan Tinggi dapat berupa: menjadi anggota dalam suatu panitia/badan perguruan tinggi; menjadi anggota organisasi profesi; mewakili perguruan tinggi/ lembaga pemerintah duduk dalam panitia antar lembaga, anggota delegasi nasional ke pertemuan internasional; berperan aktif dalam pertemuan ilmiah; mendapat tanda jasa/penghargaan; menulis buku pelajaran SLTA ke bawah; mempunyai prestasi di bidang olahraga/kesenian/social.

Berdasarkan teori-teori, studi empiris dan fenomena di PTS yang ada di kabupaten Jember, maka variabel-variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah budaya organisasi, kepemimpinan, komitmen organisasi, dan kinerja dosen. Berdasarkan uraian hubungan antara variabel tersebut diatas, maka dalam penelitian ini kerangka konseptual yang dibangun untuk menguji hubungan antara budaya organisasi, gaya kepemimpinan dan komitmen organisasi terhadap kinerja dosen.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Model konsep variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja dosen.

Hipotesis Penelitian

Bertitik tolak dari permasalahan yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh variabel budaya organisasi terhadap kinerja dosen.
2. Terdapat pengaruh variabel gaya kepemimpinan terhadap kinerja dosen.
3. Terdapat pengaruh variabel komitmen organisasi terhadap kinerja dosen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis dan sekaligus melakukan eksplanasi terhadap beberapa variabel. Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis, menguji dan mengkonfirmasi pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan dan komitmen organisasi terhadap kinerja dosen.

Penelitian untuk mengumpulkan data yang diperlukan, baik data primer maupun data sekunder dilaksanakan di Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember. Obyek penelitian adalah dosen pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember.

Populasi dalam penelitian ini adalah dosen yang berfungsi sebagai tenaga pengajar pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember, dengan masa kerja sebagai dosen lebih dari 2 (dua) tahun. Penelitian ini menggunakan sampel minimal 5 kali indikator yang ada yaitu 17. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dengan kriteria dosen yang telah mengajar minimal 2 tahun. Setiap perguruan tinggi dipilih 10 dosen untuk mengisi daftar pertanyaan, sehingga jumlah seluruh kuisioner yang dikirim adalah sebanyak $10 \times 11 = 110$ kuisioner.

Definisi operasional daripada variabel bebasnya adalah (1) budaya organisasi sebagai pola asumsi-asumsi yang mendasar dimana kelompok yang ada menciptakan, menemukan atau berkembang dalam proses belajar untuk menanggulangi kesulitan-kesulitan *adaptasi eksternal* dan *integrasi internal*. Dengan indikatornya adalah (Robbins, 2003): (inovasi dan pengambilan risiko, perhatian ke rincian, orientasi hasil, orientasi pada orang, agresivitas, stabilitas). (2) kepemimpinan merupakan suatu proses dimana individu mempengaruhi kelompok untuk mencapai tujuan umum. Indikatornya adalah (Bass, 1985) yaitu : gaya mengarahkan, gaya membimbing, gaya mendukung, dan gaya pendelegasian). (3) konsep komitmen organisasi dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu pendekatan pertukaran dan pendekatan psikologi.

Dengan indikatornya adalah (Ellen dan Meyer, 1997) yaitu: komitmen afektif, komitmen normatif, dan komitmen berkelanjutan). Sedangkan definisi

operasional variabel untuk variabel terikat yaitu kinerja dosen merupakan hasil dari perilaku/kerja dosen yang memberikan kontribusi terhadap pegawai secara pribadi dan organisasi mencakup kuantitas kerja pegawai, kualitas kerja pegawai, efisiensi pegawai, standar kualitas, pegawai berusaha dengan giat, pegawai memegang standar profesional yang tinggi, kemampuan mengerjakan tugas pokok, menggunakan akal sehat dalam bekerja, ketepatan dalam melaksanakan tugas, memiliki pengetahuan, kreativitas dalam bekerja. Indikatornya adalah (Dikti, 2010) yaitu : pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, pengabdian kepada masyarakat, dan kegiatan penunjang.

Sebelum data diolah maka daftar kuisisioner yang digunakan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur (kuesioner) dapat mengukur informasi yang diperlukan. Uji validitas data dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Untuk menghitung korelasi digunakan rumus korelasi Pearson. Adapun kriteria batas minimum untuk dianggap memenuhi syarat, yaitu $r = 0,3$; artinya, jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3, maka butir pertanyaan dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid atau sebuah instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasinya lebih besar atau sama dengan 0,3 atau $r \geq 0,3$ (Solimun, 2002). Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur (kuesioner) dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang

berlainan. Pengukuran dilakukan dengan cara mengukur korelasi antar hasil jawaban pertanyaan yaitu memakai fasilitas ukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel akan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2002)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Supranto (1993) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka variabel bebasnya adalah variabel budaya organisasi, kepemimpinan, dan komitmen organisasi sedangkan variabel bebasnya adalah variabel kinerja dosen. Metode analisis yang kedua adalah dengan menggunakan koefisien determinasi berganda, dimana metode ini digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi atau sumbangan variabel-variabel bebas (*independent*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent*). Metode analisis berikutnya adalah dengan melakukan uji hipotesis dengan menggunakan Uji F dan Uji t. Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (y) secara simultan (Supranto, 1993). Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh tingkat signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pada Tabel 1 dipaparkan hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas instrumen.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	38.3727	34.713	.872	.807
X2	46.5909	61.749	.820	.786
X3	51.5636	77.496	.562	.882
Y	52.6909	59.867	.820	.780

semua variabel menunjukkan nilai alpha cronbach diatas 0,6 yang berarti semua variabel reliabel. Dengan demikian instrumen keempat variabel X1, X2, X3, dan Y1 adalah valid dan reliabel.

Hasil Analisis Statistik Diskriptif

Pada Tabel 2 berikut ini adalah hasil tanggapan yang diungkapkan dari

Tabel 2

Tanggapan Responden Terhadap Indikator Variabel Budaya Organisasi

Indikator Variabel Budaya Organisasi	Skor					Total
	5	4	3	2	1	
1. Inovasi	30 27%	20 18%	48 44%	12 11%	0 0%	110 100%
2. Perhatian rinci	13 12%	36 33%	52 47%	9 8%	0 0%	110 100%
3. Orientasi Hasil	21 19%	30 27%	55 50%	4 4%	0 0%	110 100%
4. Orientasi orang	27 25%	24 22%	56 51%	3 3%	0 0%	110 100%
5. Orientasi tim	23 21%	19 17%	43 39%	23 21%	2 2%	110 100%
6. Agretivitas	16 15%	22 20%	59 54%	13 12%	0 0%	110 100%
7. Stabilitas	29 26%	28 25%	53 48%	0 0%	0 0%	110 100%

Sumber : data diolah 2012

Tabel 3

Tanggapan Responden Terhadap Indikator Variabel Kepemimpinan

Indikator Variabel Kepemimpinan	Skor					Total
	5	4	3	2	1	
1. Gaya mengarahkan	60 55%	33 30%	13 12%	4 4%	0 0%	110 100%
2. Gaya Membimbing	49 45%	30 27%	29 26%	2 2%	0 0%	110 100%
3. Gaya mendukung	35 32%	37 34%	38 35%	0 0%	0 0%	110 100%
4. Gaya pendelegasian	36 33%	39 35%	35 32%	0 0%	0 0%	110 100%

Sumber : Data primer diolah 2012

Rekapitulasi hasil perhitungan uji validitas menunjukkan semua variabel mempunyai nilai koefisien korelasi diatas 0,3 yang berarti instrumen yang digunakan adalah valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas

responden/dosen terhadap variabel budaya organisasi dan indikatornya dalam mempengaruhi kinerja dosen pada PTS di Kabupaten Jember.

Tabel 4
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Variabel Komitmen Organisasi

Variabel Komitmen Organisasi	Skor					Total
	5	4	3	2	1	
1. Komitmen Afektif	48	35	27	0	0	110
	44%	32%	25%	0%	0%	100%
2. Komitmen Normatif	23	26	48	13	0	110
	21%	24%	44%	12%	0%	100%
3. Komitmen Berkelanjutan	27	34	47	2	0	110
	25%	31%	43%	2%	0%	100%

Sumber : Data primer diolah 2012

Tabel 5
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Variabel Kinerja Dosen

Indikator Variabel Kinerja Dosen	Skor					Total
	5	4	3	2	1	
1. Pendidikan dan pengabdian	23	19	43	23	2	110
	21%	17%	39%	21%	2%	100%
2. Penelitian	16	22	59	13	0	110
	15%	20%	54%	12%	0%	100%
3. Pengabdian Pada Masyarakat	32	21	45	12	0	110
	29%	19%	41%	11%	0%	100%

Sumber : Data primer diolah 2012

Pada Tabel 3 hasil tanggapan yang diungkapkan oleh para dosen terhadap variabel kepemimpinan dan indikatornya dalam mempengaruhi kinerja dosen pada PTS di Kabupaten Jember.

Berikut ini adalah hasil tanggapan yang diungkapkan oleh dosen terhadap variabel komitmen organisasi dan indikatornya dalam mempengaruhi kinerja dosen pada PTS di Kabupaten Jember.

Berikut ini adalah hasil tanggapan yang diungkapkan dari responden dosen terhadap variabel kinerja dosen dan indikatornya pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui

pengaruh variabel bebas (budaya organisasi, kepemimpinan dan komitmen organisasi) terhadap variabel terikat (kinerja dosen). Dari data print out yang sudah diolah dengan menggunakan SPSS 15.00 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = - 2,316 + 0,461 X_1 + 0,155 X_2 - 0,109 X_3 + e$$

Nilai *R-Square* dari variabel yang ada dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini :

Tabel 6
Nilai *R-Square*

No.	Variabel Penelitian	Nilai R-Square
1.	Kinerja Dosen (Y)	0,750

Nilai R^2 tersebut menunjukkan informasi yang terkandung dalam data 75,0 %

dapat dijelaskan oleh model. Sebesar 25% dijelaskan oleh variabel lain (yang belum terdapat di dalam model) dan error. Hasil perhitungan secara statistik untuk pengujian hipotesis penelitian tanpa variabel moderating dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini.

Hipotesis 2 : Kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja dosen.

Nilai Koefisien jalur kepemimpinan terhadap kinerja dosen sebesar 0,155 dengan nilai $P = 0,084$. Dilihat dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis

Tabel 7
Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hubungan antar Variabel	Koefisien Regresi	P-Value	Keterangan
1.	Budaya Organisasi => Kinerja Dosen	0,461	0,000	Signifikan
2.	Kepemimpinan => Kinerja Dosen	0,155	0,084	Tidak Signifikan
3.	Komitmen Organisasi => Kinerja Dosen	0,109	0,206	Tidak Signifikan

Sumber : Data Primer Diolah 2012

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat koefisien jalur pada P-value. Adapun hipotesis penelitian yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja dosen.

Nilai Koefisien jalur budaya organisasi terhadap kinerja dosen sebesar 0,461 dengan nilai $P = 0,000$. Dilihat dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja dosen terbukti. Ini berarti budaya organisasi yang ada di PTS di Kabupaten Jember mampu meningkatkan kinerja dosen.

yang menyatakan terdapat pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja dosen tidak terbukti. Ini berarti kepemimpinan yang ada pada PTS di Kabupaten Jember belum mampu meningkatkan kinerja dosen.

Hipotesis 3 : Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja dosen.

Nilai Koefisien jalur komitmen organisasi terhadap kinerja dosen sebesar 0,109 dengan nilai $P = 0,206$. Dilihat dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja dosen tidak terbukti. Ini berarti komitmen organisasi yang ada pada PTS di Kabupaten Jember belum mampu meningkatkan kinerja dosen.

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dosen

Berdasarkan hasil analisis pengaruh budaya organisasi terhadap *kinerja dosen* menunjukkan pengaruh positif namun dan signifikan. Hal ini berarti cukup bukti untuk menerima hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa semakin kuat budaya organisasi, akan menjadikan kinerja dosen semakin meningkat. Hasil ini menunjukkan bahwa budaya organisasi mampu menjelaskan variasi perubahan *kinerja dosen*. Artinya, menguatnya budaya organisasi pada perguruan tinggi swasta akan memberikan tambahan meningkatnya kinerja dosen terbukti. Kemungkinan yang dapat menjelaskan mengapa hipotesis tersebut terbukti dan terdukung, adalah bahwa budaya yang ada di perguruan tinggi swasta sudah menguat dan mengakar sehingga mampu meningkatkan kinerja dosen.

Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Dosen

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja dosen menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis penelitian yang mengatakan bahwa kepemimpinan yang baik akan berdampak pada meningkatnya kinerja dosen, tidak terbukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang belum mampu meningkatkan perubahan kinerja dosen yang ada di perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan yang ada di PTS di Kabupaten Jember belum mampu meningkatkan kinerja dosen, hal ini bisa disebabkan

kepemimpinan yang ada di PTS selama ini belum menunjukkan kepemimpinan yang dapat memberikan contoh dan keteladanan kepada para bawahan. Dengan demikian diharapkan kedepan pimpinan yang ada di PTS di Kabupten Jember harus dapat memberikan suri tauladan yang baik kepada para bawahan sehingga dapat menjadi contoh bagi anak buahnya.

Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Dosen

Hasil analisis menunjukkan komitmen organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dosen. Hal ini berarti belum cukup bukti untuk menerima hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa komitmen organisasi yang tinggi, akan meningkatkan kinerja dosen. Temuan ini menunjukkan bahwa komitmen organisasi yang diukur dengan komitmen afektif, komitmen normatif dan komitmen berkelanjutan, belum mampu menjelaskan variasi perubahan peningkatan kinerja dosen pada PTS yang ada di Kabupaten Jember.

Implikasi Teoritis

Temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan terhadap pengembangan teori budaya organisasi, kepemimpinan dan komitmen organisasi serta kinerja dosen. Hasil penelitian ini dapat melengkapi literatur manajemen sumber daya manusia dan akan menambah pengetahuan baru tentang empat variabel : budaya organisasi, kepemimpinan dan komitmen organisasi serta kinerja dosen. Ketika dikombinasikan bersama-sama dapat menyediakan atribut yang kuat, sehingga dapat digunakan dalam mengidentifikasi strategi peningkatan kinerja dosen.

Kontribusi Praktis

Temuan penelitian ini dapat menyediakan bagi para peneliti dan perencana lembaga pendidikan swasta beberapa pengetahuan dalam upaya peningkatan kinerja sumber daya manusia yang ada dalam lembaga pendidikan tersebut sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para pengguna jasa lembaga pendidikan tersebut.

Variabel kepemimpinan dan komitmen organisasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dosen pada Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Kabupaten Jember. Hal ini menunjukkan bahwa para pemimpin di lembaga pendidikan swasta harus terus meningkatkan usaha dalam memberikan pengarahan dan keteladanan kepada para bawahan sehingga dapat meningkatkan kinerja mereka.

Kesimpulan

1. Budaya organisasi yang ada pada perguruan tinggi swasta di Kabupaten Jember mampu meningkatkan kinerja dosen. Artinya budaya yang ada di lingkungan perguruan tinggi swasta yang sudah baik ini terus dipertahankan dan jika perlu ditingkatkan agar dapat terus meningkatkan kinerja dosen.
2. Kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap kinerja dosen. Artinya kepemimpinan yang ada pada perguruan tinggi swasta di Kabupaten Jember belum mampu memberikan dampak terhadap peningkatan kinerja para dosen. Dengan demikian para pimpinan yang ada di PTS harus terus memberikan suri tauladan yang baik kepada anak buah sehingga mampu meningkatkan kinerja.
3. Komitmen organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja dosen. Artinya komitmen dari PTS yang ada di Kabupaten Jember belum mampu meningkatkan kinerja para dosennya. Dengan demikian lembaga pendidikan tinggi ini dituntut untuk menjalankan komitmen organisasi yang sudah disepakati dengan baik agar dapat meningkatkan kinerja para dosennya.

Saran

1. Budaya organisasi yang sudah ada terus dipertahankan dan jika bisa harus terus ditingkatkan menjadi lebih baik karena terbukti mampu meningkatkan kinerja para dosen.
2. Para pimpinan harus mampu memberikan contoh dan suri tauladan yang baik sehingga dapat meningkatkan kinerja para dosen.
3. Komitmen organisasi harus betul-betul dilaksanakan dengan baik agar dapat meningkatkan kinerja para dosen.

Daftar Pustaka

- Alhamda, Syukra dan , Sanusi , Rossi. 2007. *Persepsi Perilaku Kepemimpinan, Perilaku Sebagai Warga Organisasi Dan Kinerja Dosen Politeknik Kesehatan Padang Sumatera Barat, Program Magister Kebijakan dan Manajemen Pelayanan Kesehatan*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Andira dan Subroto, Budiarto. 2008. *Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional Terhadap Kinerja Karyawan Lini Depan Perusahaan Jasa*.

- Bass, B. M. 1999. *Leadership, Psychology and Organizational Behavior*. New York: Harper Broter.
- Barrick, M.R., and Mount, M.K. 1991. the big five Personality Dimensions and Job Performance: a meta analysis.. *Personnal Psychology*, 44.1-26.
- Begum, Noorjanah. 2005, The Relationship Between Social Power and Organizational Citizenship Behavior: The Meditational Role of Procedural Justice, Organizational Commitment, and Job satisfaction in Conctect of A Private Commercial Bank in Bangladesh Independent University, Bangladesh.
- Carmely and Freund. 2004. *Work Commitment, Job Satisfaction and Job Performance: An Empirical Investigation. International Journal of Organization Theory and Behavior*, Vol. 73, P. 289.
- Eflina, Debora Purba dan Seniati, Ali Nina Liche. 2007. Pengaruh Kepribadian dan Komitmen Organisasi Terhadap Organization Citizenzhip Behavior. *Makara, Sosial Humaniora*, Vol. 8, No. 3, Desember 2004: 105-111.
- Ferdinand, Agustin. 2006. *Struktural Equation Modelling: dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gary, Dessler,. 1980, *Organization Theory: Integrating Structure and Behavior*, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New York.
- Ghozali, Imam. 2005. *Amos Versi 16.0*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kaihatu, Thomas S. dan Rini. 2007, Kepemimpinan Transformational dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan atas Kualitas Kehidupan Kerja, Komitmen Organisasi dan Perilaku Ekstra Peran: Studi pada Guru-Guru di Kota Surabaya, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Kwantes Catherine T., Karam Charlotte M., Ben C.H. Kuo a. 2008. Culture's influence on the perception of OCB as in-role or extra-role. *International Journal of Intercultural Relations* 32 229–243
- Mangkunegara, Prabu, A.A. 2005, *Evaluasi kinerja Sumber Daya Manusia*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Moeljono Djokosantoso, 2003. *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*, Elex Media .
- Nurdian Susilowati. 2008. *Pengaruh Kepemimpinan Dosen, Kualitas Layanan Akademik dan Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unnes*. Laporan Penelitian. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Nurmawati, Feri. 2010. Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Efeknya pada Kepercayaan Terhadap Pimpinan serta OCB,. Studi pada PDAM Karanganyar.
- Organ, D. W. 1988. *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.

- Organ, D. W. and Bateman, T. S. 1983, Job Satisfaction and and The good Soldier: The relationship Between affect and Employee "Citizenship", *Academy of Management Journal*, Vol. 26, p: 258-595.
- Podsakoff, P. M., dan MacKenzie, S. B. 1997. Impact of Organizational Citizenship Behavior on Organizational Performance: A Review and Suggestions for Future Research. *Human Performance*, 10, 133–151.
- Podsakoff, P. M., dan Organ, D. W. 1986. Self-Reports in Organizational Research: Problems and Prospects. *Journal of Management*, 12, 521–544.
- Sandra, Devi. 2001. Kontribusi Komitmen Organisasional dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* Pada PT. Carrefour Indonesia. Thesis Universitas Semarang.
- Sanjay K Pandey, atall. 2007. *Public Service Motivation and Interpersonal Citizenship Behavior in Public Organizations: Testing a Preliminary Model*. *Leader Quarterly*, Vol.1 No. 2:107-142.
- Santoso, Singgih. 2004. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sambung, Robi. 2010. Pengaruh Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, Kepribadian dan Profesional Dosen Terhadap OCB serta Dampaknya pada Kinerja Organisasi, Studi Pada Perguruan Tinggi Negeri di Kalimantan Timur). Universitas Brawijaya, Malang
- Siagian , S.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan XII. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sunardi, S. Brahmana dan Herman, Sofyandi. 2007 Transformational Leadership dan Organizational Citizenship Behavior (OCB) di Utama. *Working Paper Series* No. 2 Mei.
- Steven, Pool and Brian Pool & Richard E and Sandra J. Deuch A. *Managen Development Modal Measuring Organizational Commitment and Its Impact on Job Satisfaction Among Executives in a Learning Organization*. College of Business and Economic, Ashland University, Ashland Ohid, USA
- Thomas Stefanus Kaihatu dan Wahyu Astjarjo Rini. 2001. Kepemimpinan Transformasional dan pengaruhnya terhadap kepuasan atas Kualitas kerja, Komitmen Organisasi, dan Perilaku Ekstra Peran (Organizational Citizenship Behavior (OCB)): Studi pada Guru-Guru SMU di Kota Surabaya. *Working Paper Series* No.1 Februari.

Efektifitas *Corporate Governance* ,*Corporate Social Responsibility*, dan *Earning Management* Terhadap Nilai Perusahaan

(Perspektif *Expectacy Theory* dan *Agency Theory*)

Pancawati Hardiningsih

Rachmawati Meita Oktaviani

Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang

pancawati_h@yahoo.com

meita.rachma@gmail.com

Abstract

This research aimed to analyze the effect of Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, and Earning Management to corporate value after the issuance of UU No. 40 in 2007 about Perseroan Terbatas regarding Limited Liability Company in manufacturing companies on the Stock Exchange with the perspective of Agency Theory and Expectancy Theory. The research proved that Corporate Governance has not effect on Corporate Value, while Corporate Social Responsibility affects Corporate Value, and Earning Management affect on Corporate Value. Corporate Governance proved not as moderating variable on Corporate Social Responsibility and Corporate Value. Corporate Governance proved to be a moderating variable on Earning Management and Corporate Value. This study supports the Agency Theory and Expectancy Theory, which describes how a company enhance Corporate Value.

Keywords: *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Earning Management, Corporate Value*

PENDAHULUAN

Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia, telah diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang “Penanaman Modal” dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang “Perseroan Terbatas”. Tanggung Jawab ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *inside stakeholder* dan *outside stakeholder*. Seperti pendapat Rustiarini (2010) menyebutkan, setiap perusahaan diwajibkan mengungkapkan informasi tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau sering disebut dengan TJSL.

Hal ini terbukti beberapa perusahaan yang melakukan integrasi kegiatan sosial dan lingkungan dalam strategi akan mempunyai nilai tambah seperti yang dilakukan oleh manajemen Body Shop dan Mark & Spencer di Inggris. Dimana sebagian konsumen bersedia membayar premium untuk perusahaan yang beretika yang memperhatikan masalah sosial dan lingkungan untuk pindah ke perusahaan lain. Bahkan mereka dapat bertahan dalam kondisi perekonomian yang sangat dinamis sekalipun.

Hal serupa juga dilakukan PT Telkom Indonesia, Tbk kembali meraih penghargaan di bidang CSR yang dinobatkan sebagai operator yang melakukan program tanggung jawab sosial dengan cakupan dan sasaran paling luas diantara operator-operator telekomunikasi di Indonesia (*the Most Coverage and Target in Corporate Social Responsibility*), seperti Program Kemitraan dan Bina Lingkungan seluruh Indonesia, bantuan pendidikan dan pelatihan BPP. Hal sama juga dilakukan PT HM Sampoerna, Tbk yang banyak berkontribusi dalam mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan kerja. Puluhan ribu masyarakat Indonesia saat ini menjadi tulang punggung proses produksi perusahaan rokok terbesar di Indonesia.

Namun disisi lain ternyata masih banyak perusahaan yang tidak mematuhi peraturan tentang kewajiban akan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang tersebut dengan maksud memberikan perlindungan pemegang saham minoritas, tenaga kerja, dan masyarakat dari masalah lingkungan. Disamping itu beberapa ketidakharmonisan juga muncul antara perusahaan dan masyarakat yang mengabaikan kondisi sosial dan lingkungan yang menyebabkan pinalti sosial ekonomi dari masyarakat. Hal ini seperti dialami kasus Nike dan ladang migas Lapindo Brantas. Kasus serupa juga muncul selama periode 2010 dan 2011 hingga tercatat ada 200 kasus. seperti di Kalimantan dan Sumatra, muncul semakin banyaknya perkebunan tanpa ada sosialisasi dengan warga sekitar yang rentan konflik.

Dalam perspektif *Agency Theory*, konflik muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemilik sehingga dapat menimbulkan terjadinya asimetri informasi yang berujung pada tidak terjadi transparansi informasi dalam penggunaan dana dan terjadi ketidak seimbangan antara pemilik dengan manajemen, antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini akan memicu manajer melakukan *earning management* terhadap laporan keuangan yang digunakan sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemilik.

Untuk meminimalisir munculnya konflik, maka peran *corporate governance* diharapkan dapat memiliki andil dalam mempengaruhi kinerja manajerial. Peran *corporate governance* diharapkan sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan dalam mengatasi masalah keagenan dan meningkatkan harapan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (*value added*). Efektifitas peran *corporate governance* akan memberikan perlindungan *stockholder* maupun *stakeholder* yang dapat meyakinkan dirinya akan perolehan kembali investasinya dengan wajar dan bernilai tinggi, sehingga akan tercipta lingkungan yang kondusif terhadap pertumbuhan sektor usaha yang efisien dan berkesinambungan.

Penelitian di Asia oleh Mc Kinsey & Co. (2000) menemukan bahwa para manajer di Asia akan membayar 26-30% lebih premium untuk saham-saham perusahaan dengan *corporate governance* yang baik daripada untuk perusahaan-perusahaan dengan *corporate governance* yang masih meragukan (FCGI, 2003). Hal ini

mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan yang memiliki *corporate governance* yang baik akan mempunyai akses yang lebih baik terhadap sumber dana internasional dibandingkan dengan negara dan perusahaan yang tidak memiliki *corporate governance* dengan baik.

Hal serupa juga ditemukan oleh Luhukay (2002) dan Rafick (2003) bahwa investor bersedia memberikan premium yang cukup tinggi kepada perusahaan yang menerapkan prinsip *corporate governance* secara konsisten. Luhukay (2002) yang dikutip oleh Ietje Nazarudin (2008) beberapa perusahaan menganggap informasi mengenai penerapan sistem *corporate governance* tersebut lebih penting daripada laporan keuangan perusahaan. Selain itu bukti empiris juga diperoleh Beasley *et.al.* (1996) menyebutkan perusahaan yang menerapkan sistem *corporate governance* akan cenderung meningkatkan kinerjanya.

Namun beberapa penelitian yang terkait masih menunjukkan hasil yang inkonsistensi, seperti Rachmawati & Triatmoko (2007), menunjukkan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh pada nilai perusahaan. Sementara Herawaty (2008), menjelaskan bahwa *earning management* berpengaruh pada nilai perusahaan dengan memasukan *corporate governance* sebagai variabel yang memoderasi, namun secara parsial *earning management* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Temuan Ietje Nazarudin (2008) bahwa *corporate governance* tidak berhubungan dengan kinerja perusahaan maupun dengan nilai perusahaan.

Hasil yang berbeda ditunjukkan Sloan (1996), dimana komponen akrual sebagai aktifitas *earning management* dari aliran kas operasi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sementara Ujiyanto & Pramuka (2007), *earning management* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rustiarini (2010), *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai variabel pemoderasi. Temuan serupa oleh Delik dan Kristoffer (2007) bahwa hubungan kerjasama yang baik dengan *stakeholder* dapat meningkatkan *image* perusahaan. Namun berbeda ditunjukkan Nurlela & Islahuddin (2005), *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hill *et al.* (2007) menyebutkan perusahaan melakukan tanggung jawab sosial dalam jangka pendek tidak mengalami kenaikan nilai saham tetapi dalam jangka panjang mengalami kenaikan saham dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tidak melakukan praktik tanggung jawab sosial.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Harapan (*Expectancy Theory*)

Kebutuhan masyarakat yang sering berubah-ubah membuat perusahaan bersaing untuk memenangkan persaingan tersebut. Perusahaan harus peka dan tanggap terhadap kebutuhan dan harapan yang semakin berubah. Kebanyakan masyarakat butuh barang dan jasa dengan mutu yang baik dan harga yang kompetitif. Namun masyarakat juga menuntut agar hasil produksi berkualitas dengan tetap

menghargai hak dan kepentingan karyawan serta peduli terhadap masalah lingkungan.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu kegiatan yang banyak dilakukan perusahaan untuk menciptakan suasana keharmonisan antara masyarakat, pemerintah, dan perusahaan. Kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan secara penuh dengan harapan keberadaan perusahaan akan diakui di masyarakat dan dapat menjaga reputasi perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency Theory muncul ketika terjadi konflik antara *agent* dan *principle*, konflik yang muncul bisa diminimalisir dengan efektifitas *Corporate Governance*. Bertumpu pada *Agency Theory* berbagai pemikiran mengenai *Corporate Governance* berkembang, dimana perlu pengawasan, pengendalian, dan pengelola untuk memastikan bahwa terdapat kepatuhan terhadap peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Upaya ini akan menimbulkan *agency cost* seperti biaya pengawasan, biaya untuk menghasilkan laporan yang transparan. Biaya yang ditimbulkan termasuk biaya audit independen serta biaya yang disebabkan menurunnya nilai kepemilikan pemegang saham karena adanya pemberian opsi dan berbagai manfaat yang diberikan kepada manajemen dengan tujuan menyelaraskan kepentingan pemegang saham dengan manajemen.

Sinergi dapat muncul antara kepentingan *stakeholder* dengan pemegang saham yang dapat diselaraskan dengan tujuan perusahaan

dimana salah satu cara dilaksanakan adalah menerapkan *Corporate Social Responsibility* dan menjadikan bagian integral strategi perusahaan.

***Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan**

Bagi perusahaan tanggung jawab sosial perusahaan secara keseluruhan termasuk keterlibatan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial merupakan nilai positif bagi perkembangan dan kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial akan dinilai masyarakat sebagai tindakan yang positif.

Adanya pengungkapan tentang tanggung jawab perusahaan diharapkan meningkatkan citra perusahaan. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam masyarakat bertujuan untuk menunjukkan eksistensi atau keberadaan perusahaan jangka panjang. (Yuniasih & Wirakusuma, 2009; Rustiarini, 2010), *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan Delik & Kristoffer (2007) dan Ismiyanti & Mahadwartha (2007) terdapat ada hubungan positif antara perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial dan nilai pasar. Berdasarkan pada paparan diatas maka hipotesa dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

***Earning Management* dan Nilai Perusahaan**

Manajer mempunyai tanggung jawab

melaporkan pengungkapan informasi akuntansi berupa laporan keuangan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk memberitahukan kondisi perusahaan. Pada kondisi ini manajer sebagai pengelola perusahaan lebih tahu tentang kondisi perusahaan yang sebenarnya dibanding pemilik.

Sloan (1996) menguji sifat kandungan informasi komponen akrual dan komponen aliran kas apakah terefleksi dalam harga saham. Terbukti bahwa kinerja laba yang berasal dari komponen akrual sebagai aktifitas *earning management* memiliki persistensi yang lebih rendah dibanding aliran kas. Laba yang dilaporkan lebih besar dari aliran kas operasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan saat ini.

Sebelumnya Herawaty (2008) menyebutkan *earning management* berpengaruh secara signifikan dengan adanya variabel pemoderasi yang menguatkan hubungan antara *earning management* dan nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa manajer melakukan manajemen laba untuk menunjukkan kinerjanya agar dinilai baik. Penelitian Imam Subekti (2010), *earning manajemen* berpengaruh terhadap nilai buku perusahaan. Manajer yang melakukan manajemen laba akan memaksimalkan kesejahteraan perusahaan dengan cara mempengaruhi laba yang dilaporkan sehingga kualitas laba menjadi rendah.

Jika informasi itu disajikan kepada pihak luar maka diharapkan menarik investor dan menunjukkan pada pemilik bahwa perusahaan yang dikelolanya mempunyai kinerja yang baik. Kinerja perusahaan

dinilai mempunyai kesejahteraan yang tinggi dengan melakukan manajemen laba, namun tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. (Saiful, 2002; Tatang, 2001; Lilis, 2002) perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Jakarta menunjukkan adanya praktik manajemen laba, yaitu adanya kenaikan tingkat akrual yang diskresioner (*discretionary accruals*). Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : *Earning Management* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Governance dan Nilai Perusahaan

Corporate Governance bertujuan untuk mengendalikan perusahaan agar manajer selaras dengan *shareholder*, ini dilakukan agar kinerja perusahaan dapat meningkat sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Herawaty (2008) penerapan prinsip-prinsip *corporate governance* akan memberikan manfaat seperti: (1) meminimalkan *agency costs* dengan mengontrol konflik kepentingan yang mungkin terjadi antara prinsipal dengan agen; (2) meminimalkan *cost of capital* dengan menciptakan sinyal positif kepada para penyedia modal; (3) meningkatkan citra perusahaan; (4) meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari *cost of capital* yang rendah, dan (5) peningkatan kinerja keuangan dan persepsi *stakeholder* terhadap masa depan perusahaan yang lebih baik.

Herawaty (2008) *Corporate Governance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan bervariasi tergantung model regresinya. Komisaris independen dan kepemilikan institusional

mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan, sedangkan model regresi tanpa *moderating variable*, kualitas audit dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Rachmawati & Triatmoko (2007), menyebutkan keberadaan komite audit dan komposisi komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kualitas laba (*discretionary accrual*) tetapi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara Murwaningsari (2009), menjelaskan kepemilikan manajerial dan institusional mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan (TOBINS'Q). Dapat disimpulkan bahwa *corporate governance* berpengaruh pada perusahaan. Dengan tata kelola perusahaan yang efektif dapat mengendalikan perusahaan untuk meningkatkan kinerja. Berdasarkan paparan diatas maka hipotesa dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : *Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Earning Management, dan Nilai Perusahaan

Implementasi *Corporate Social Responsibility* juga menjadi salah satu prinsip pelaksanaan *Good Corporate Governance*. Perusahaan yang melaksanakan *Good Corporate Governance* sudah seharusnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan jangka panjang meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate governance digunakan untuk meminimalisir tindakan manajer melakukan praktik manajemen laba. Tata kelola perusahaan yang baik diharapkan memperkecil keinginan manajer dalam melakukan manajemen laba. Siallagan dan Machfoed (2006), mekanisme *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang terdiri a) kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, b) dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan c) komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Aryani dkk (2010) menyebutkan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Murwaningsari (2009), *Good Corporate Governance* yang diamati melalui kepemilikan manajerial dan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Rustiarni (2010), *Good Corporate Governance* berpengaruh pada nilai perusahaan.

Namun berbeda Yuniasih & Wirakusuma (2009) yang menyatakan kepemilikan manajerial sebagai proksi *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Herawaty (2008), variabel *Earning Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dua dari variabel praktik *corporate governance* berpengaruh secara signifikan dengan arah yang berbeda, dimana kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan komisaris independen berpengaruh negatif. Penelitian ini membuktikan praktik *Corporate Governance* sebagai moderating variabel atas hubungan *Earning Management* terhadap Nilai Perusahaan.

Dapat disimpulkan efektifitas peran *Corporate Governance* akan mendorong terlaksananya *Corporate Social Responsibility* sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Efektifitas *corporate governance* diharapkan menekan tindakan manajer melakukan praktik manajemen laba sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan paparan diatas maka hipotesa dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4a :Semakin luas perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility*, maka akan meningkatkankan nilai perusahaan yang dimoderasi *corporate governance*.

H4b :Semakin kecil *earning management* akan meningkatkan nilai perusahaan yang dimoderasi *corporate governance*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mencakup periode 2010 dan 2011. Sampel terpilih sebanyak 63 perusahaan dengan *purposive sampling method*, dengan kriteria menerbitkan *annual report* berakhir 31 Desember, menerbitkan laporan pertanggungjawaban sosial dalam *Annual Report* maupun *Sustainability Report*, sebagian sahamnya dimiliki oleh manajemen dan institusi, memiliki dewan komisaris, komisaris independen, komite audit, dan dewan direksi.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility dalam Sembiring (2005) yang dikutip Herlina dan Sarwanti (2009) menyesuaikan 90 item pengungkapan milik Hacston and

Milne menjadi 78 item pengungkapan pada manufaktur yang didasarkan pada peraturan Bapepam-LK no. VIII.G.2 untuk di aplikasikan di Indonesia menjadi 7 kategori. Penghitungan dilakukan dengan cara melakukan *checklist* dengan menyusun daftar item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan tiap sektor industri. Skor diperoleh dari prosentase jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dibagi dengan total pengungkapan yang diharapkan dengan formula sebagai berikut:

$$CSD = \frac{\text{Skor total yang diperoleh}}{\text{Skor total yang diharapkan}} \times 100\%$$

Earning Management

Earning Management diproksikan dengan *discretionary accrual* menggunakan model Jones yang dimodifikasi (Dechow, et al 1995) sebagai berikut:

$$TAC = N_i - CFO_i$$

Nilai total akrual (TA) diestimasi dengan persamaan regresi OLS sebagai berikut:

$$\frac{TAC_i}{A_{i-1}} = b_1 \left(\frac{1}{A_{i-1}} \right) + b_2 \left(\frac{\Delta R}{A_{i-1}} \right) + b_3 \left(\frac{PPE_i}{A_{i-1}} \right) + e$$

Corporate Governance (CG)

Corporate Governance dalam *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI, 2001) sebagai suatu sistem tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan berbagai partisipan dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan dengan proksi sebagai berikut:

1. Kepemilikan manajerial: persentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.
2. Kepemilikan institusional :persentase

- kepemilikan saham oleh perbankan, perusahaan asuransi, dana pensiun, reksadana, dan institusi lain dibagi dengan total jumlah saham beredar.
3. Proporsi komisaris independen :persentase jumlah komisaris independen dibagi dengan total jumlah anggota dewan komisaris.
 4. Jumlah anggota komite audit: jumlah anggota komite audit tiap perusahaan.

Nilai Perusahaan

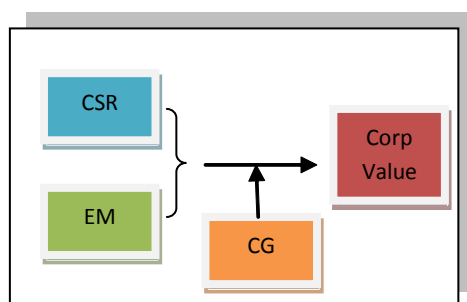
Nilai Perusahaan diproksikan dengan *Tobin's Q* yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{MVE + DEBT}{A}$$

Analisis regresi menggunakan metode nilai selisih mutlak yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$NP = a + b_1 CSR + b_2 EM + b_3 CG + b_4 |CSR - CG| + b_5 |EM - CG| + e$$

Model empiris yang digunakan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Empiris

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji ini ditunjukkan dengan nilai zskewness 0,044 dan zkurtosis 0,831 jauh di bawah nilai tabel yaitu < 2,58 (signifikan 1%)

dan < 1,96 (signifikan 5%) sehingga data berdistribusi normal.

Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik multikolonieritas diperoleh nilai *tolerance* < 1 dan VIF > 10 sehingga tidak terjadi multikolonieritas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan melihat scatterplot menunjukkan bahwa data menyebar di atas dan di bawah 0 (nol). Hal ini menunjukkan data menyebar secara acak sedangkan dengan uji gletjser menunjukkan tidak ada variabel yang signifikan terhadap residual, hal ini disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesa

Hasil pengujian hipotesa dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesa

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.560	.174		3.214
	CSR	.021	.005	.405	3.877
	EM	.355	.159	.238	2.240
	CG	.147	.151	.397	.971
	CSR_CG	.000	.005	-.078	.173
	EM_CG	.527	.161	-.491	3.278

a. Dependent Variable: NP

Pengujian Hipotesis 1

Variabel *corporate social responsibility* menunjukan nilai signifikan sebesar 0,000, maka H_1 terbukti. Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan.

Temuan ini tidak sejalan dengan Nurlela dan Islahuddin (2005) dimana kualitas pengungkapan CSR dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun temuan ini mendukung Yuniasih & Wirakusuma (2009) yang menyebutkan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif pada hubungan ROA dan nilai perusahaan, sedangkan Rustiarini (2010) menemukan bahwa investor di Indonesia telah mempertimbangkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga kebutuhan akan informasi tanggung jawab sosial merupakan salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila perusahaan memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik, maka akan muncul kepercayaan dari investor sehingga akan diikuti respon positif melalui peningkatan harga saham perusahaan.

Terbuktinya hipotesis ini memberikan bukti bahwa perusahaan yang melakukan CSR akan direspon positif oleh *stakeholder*, baik dalam aspek lingkungan perusahaan, ketenagakerjaan, dan masyarakat. Semua lingkup yang berhubungan dengan perusahaan memberikan *feedback* yang baik terhadap reputasi perusahaan. Dengan *feedback* ini diharapkan reputasi meningkat.

Temuan ini mendukung ***Expectacy Theory*** bahwa kekuatan suatu pengharapan dengan kekuatan tertentu akan menghasilkan keluaran tergantung seberapa kuat pengharapan tersebut. Implementasi dari teori tersebut adalah dengan perusahaan melakukan pengungkapan CSR harapan dalam jangka panjang nilai perusahaan meningkat.

Pengujian Hipotesis 2

Variabel *earning management* menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,029. maka H_2 terbukti. Disimpulkan bahwa *earning management* signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa melakukan praktik *earning management* akan meningkatkan nilai perusahaan. Ketika perusahaan melakukan *earning management* diharapkan dapat mempengaruhi pihak eksternal untuk pertimbangan keputusan investasi.

Temuan ini bertentangan dengan Herawati (2008) bahwa *earning management* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang berarti penggunaan *earning management* bukan sebagai strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pembuktian ini sejalan dengan Sloan (1996) yang menguji sifat kandungan informasi komponen akrual dan komponen aliran kas apakah terefleksi dalam harga saham yang menghasilkan kinerja laba yang berasal dari komponen akrual sebagai aktifitas *earnings management* memiliki persistensi yang lebih tinggi dibanding aliran kas.

Temuan ini mendukung ***Agency Theory*** bahwa perbedaan kepentingan antara pemilik dan *agent* akan mengakibatkan hubungan yang asimetri antara pemilik dan *agent* dimana pada saat pemilik menginginkan nilai perusahaan meningkat memberi kesempatan manajer untuk melakukan praktik *earning management*. Manajer mempunyai posisi yang fleksibel untuk memilih metode pencatatan transaksi dan secara leluasa manajer lebih mengerti tentang prospek dan kondisi internal perusahaan dibandingkan pemilik sehingga

mendorong manajer untuk melakukan *earning management* demi mendapatkan keuntungan sepihak, namun sebenarnya merugikan pemilik dan pihak eksternal karena tidak menunjukkan nilai perusahaan pada kondisi yang sebenarnya dan hal itu justru menurunkan nilai perusahaan.

Pengujian Hipotesis 3

Variabel *corporate governance* menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,336 dengan demikian H_3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi *corporate governance* belum efektif karena masih lemahnya tata kelola perusahaan.

Temuan ini tidak sejalan dengan temuan Rustiarini (2010) yang menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. Namun temuan ini sejalan dengan Herawaty (2008), Yuniasih & Wirakusuma (2009) dimana *corporate governance* yang diukur dengan komitisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan proporsi komite audit ternyata belum bisa efektif. Hal ini dimaksudkan manajemen agar agen dari pemegang saham yang seharusnya dapat dipercaya, mampu bertindak penuh tanggung jawab, serta memiliki integritas dan jujur terhadap pihak lain, namun manajemen bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri.

Sejalan dengan Solihin (2009: 126-127) bahwa faktor yang menyebabkan kegagalan *corporate governance* diakibatkan oleh faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal diakibatkan adanya konflik antara pemilik dan agen. Faktor eksternal perusahaan antara lain masih lemahnya regulasi yang mengatur

corporate governance. Kelemahan regulasi yang dilakukan oleh pemerintah akan membuka peluang bagi perusahaan untuk melakukan praktik kecurangan yang mengakibatkan kerugian bagi para pemegang saham.

Temuan penelitian ini mendukung *Agency Theory* bahwa perbedaan kepentingan antara pemilik dan *agent*. Pemilik akan melakukan berbagai cara untuk menaikkan nilai perusahaan dengan membentuk suatu struktur seperti komite audit, komitisaris independen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional agar manajer bisa mengendalikan perusahaan supaya tata kelola perusahaan menjadi baik.

Pengujian Hipotesis 4_a

Pengujian peran modetaring variabel ditunjukkan CSR_CG ternyata tidak terbukti signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena mempunyai nilai signifikan sebesar 0,863, dengan demikian $H4_a$ ditolak. Pengujian tersebut membuktikan bahwa *corporate governance* kurang efektif berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada saat perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility*.

Ini tidak sejalan dengan Rustiarini (2010) yang menyebutkan *corporate governance* memoderasi dan berpengaruh signifikan terhadap variabel *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* hanya untuk memenuhi kewajibanya guna mematuhi UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan prioritas utamanya hanya mengutamakan laba perusahaan saja

sehingga hal itu justru tidak mempengaruhi citra dan nilai perusahaan.

Temuan ini mendukung *Agency Theory* bahwa perbedaan kepentingan antara pemilik dan *agent* akan mengakibatkan bagaimanapemilikakanmelakukanberbagai cara untuk menaikkan nilai perusahaan. Hasil pengujian ini juga mendukung *Expectacy Theory* dimana kekuatan suatu pengharapan dengan kekuatan tertentu akan menghasilkan keluaran tergantung seberapa kuat pengharapan tersebut. Pemilik melakukan berbagai cara meningkatkan nilai perusahaan, namun dengan kekuatan manajer yang belum bisa maksimal dan efisien belum dapat meningkatkan nilai perusahaan sesuai keinginan yang diharapkan.

Pengujian Hipotesis 4,

Pengujian variabel *earning management* yang dimoderasi variabel *corporate governance* terhadap nilai perusahaan ternyata terbukti dengan nilai signifikan 0,002. Ini membuktikan bahwa *corporate governance* merupakan variabel yang memoderasi antara *earning management* dengan nilai perusahaan. Sehingga peran *corporate governance* efektif dalam menekan praktik *earning management* sehingga nilai perusahaan bisa meningkat.

Terbuktinya hipotesis ini menunjukkan pelaksanaan *corporate governanace* akan mampu mengawasi dan mengendalikan perusahaan untuk tidak melakukan dan melemahkan praktik *earning management* sehingga dapat ditekan tingkat kecurangan yang diakibatkan praktik *earning management*. Lemahnya praktik *earning management* menunjukkan perusahaan

bersih sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan Herawaty (2009) dimana komisaris independen, kualitas audit, dan kepemilikan institusional merupakan variabel pemoderasi antara *earnings management* dengan nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial tidak terbukti sebagai variabel pemoderasi

Temuan ini mendukung *Agency Theory* memandang bahwa manajemen perusahaan tidak dapat dipercaya untuk bertindak sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya dan para pemegang saham khususnya (Solihin 2009:119) sehingga pelaksanaan *corporate governance* akan meminimalisir manajer untuk melakukan praktik *earning management*. Dengan demikian diharapkan menjadikan perusahaan menjadi lebih baik dengan menerapkan lima prinsip yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan kewajaran.

PENUTUP

Simpulan

Corporate Social Responsibility adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dimana perusahaan itu berada, seperti perlindungan lingkungan, jaminan kerja, hak azasi manusia, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, standar usaha, pasar, pengembangan ekonomi, dan badan usaha, perlindungan kesehatan, kepemimpinan dan pendidikan, bantuan bencana kemanusiaan. Dengan demikian yang perlu dilakukan oleh pengusaha adalah bagaimana membantu pemerintah dalam mengawal pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* agar dapat berjalan

dengan semestinya dan menguntungkan baik masyarakat, pemerintah, maupun dunia usaha sendiri.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *Earning management* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate governance* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis *corporat governanace* tidak terbukti memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Sementara *corporate governance* terbukti memoderasi hubungan *earning management* dengan nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian masih jauh dari sempurna, karena sampel terpilih hanya dari sektor industri sehingga tidak bisa digeneralisir seluruh perusahaan di BEI. Sementara pengamatan hanya dilakukan dalam periode dua tahun, sehingga tidak bisa melakukan komparasi dengan tahun sebelumnya. Dalam hal menilai pengungkapan CSR masih bersifat subyektif, sehingga setiap pembaca melihat pengungkapan CSR dengan sudut pandang pengungkapan yang berbeda-beda. Disamping itu masih terbatasnya variabel yang digunakan mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini terlihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 44,9 %.

Implikasi

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan wawasan tentang pentingnya implementasi *Corporate Governance*, *Corporate Social*

Responsibility dan praktik *Earning Management* yang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan. Dari perspektif variable independen perlu menambah variabel lain seperti keputusan investasi dan kinerja keuangan yang memoderasi. Disamping itu perlu mengembangkan beberapa proksi nilai perusahaan lain seperti PBV, market share.

Hasil penelitian ini akan menjadi lebih baik jika sampel yang digunakan meliputi semua sektor dengan periode pengamatan lebih panjang, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai implementasi efektifitas *Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan praktik *Earning Management* terhadap nilai perusahaan.

Daftar Pustaka

- A Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam, (1995), *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius.
- Andri Rachmawati, dan Hanung Triatmoko,. (2007), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laba Dan Nilai Perusahaan”, *Jurnal SNA X AKPM*, Universitas Sebelas Maret.
- Ang, Robbert., (1997), *Buku Pintar: Pasar Modal (The Intelligence Guide to Indonesia Capital Market)*, First Edition, Mediasoft Indonesia.
- Anni Aryani, dkk., (2010), “Analisis Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur

- Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2004-2007”, Jurnal SNK 1, Surakarta: FE Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Augusty Ferdinand., (2006), Metode Penelitian Manajemen, Edisi Pertama, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Buletin Akuntansi, (2008), CSR: Sebuah Langkah Menuju Good Corporate Governance, Deloitte.
- Dilek Centimedar dan Kristoffer Husoy, (2007), “Corporate Social Responsibility Practice and Environmentally Responsible Behaviour. The Case of The United Nation Global Impact” Journal of Business Ethics, Volume 76, p.163-176.
- Dima Jamali, Asem M. Safieddine, and Myriam Rabbath., (2008), “Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships”, Journal Compilation @ Blackwell Publishing Ltd Vol 16 No 5.
- Edison Sutan Kayo, (2011), Daftar Perusahaan Manufaktur di BEI (Online), (<http://sahamok.com>)
- Erida Herlina., (2009), Eksplorasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI, Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's) Vol 1 No.2, Surabaya: STIE Perbanas.
- Etty Murwaningsari., (2009)., “Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities dan Corporate Financial Performance Dalam Satu Continuum”, Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 11, No. 1, FE Universitas Trisakti.
- Financial Times website <http://www.ft.com/cms/s/2/d54c45ecc08611db-995a-000b5df10621.html>
- Hamonangan Siallagan, dan Mas'ud Machfoedz., (2006), “Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba Dan Nilai Perusahaan”., Jurnal SNA IX AKPM., Padang.
- Hill, R.P, Thomas A, Todd S dan Daryl, (2007), “Corporate Social Responsibility and Socially Responsible Investing: A Global Prespective”, Journal of Business Ethics Volume 76, p.165-174.
- Ismiyanti, Fitri dan Mahadwartha, Anom, 'Putu, Makalah pada Simposium Riset Ekonomi III The 3 rd Symposium of Economic Research: , Universitas Kristen Petra 24 Nopember 2007
- Ietje Nazarudin, (2008), “Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan”, Jurnal Akuntansi dan Investasi, Volume 9, No.2, Hal 113-121.
- Imam Ghozali., (2011), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19, Cetakan V, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali., (2006), Aplikasi SPSS, Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Imam Subekti, (2010), Earning Management, Value Relevance of Earnings and Book Value of Equity, Jurnal Akuntansi

- & Auditing Indonesia, Vol.14, No.2, Hal 213-232
- Ismail Solihin., (2009)., Corporate Social Responsibility., Jakarta: Salemba Empat.
- Jakarta Stock Exchange, (http://202.155.2.90/corporate_actions/new_info_jsx/jenis_informasi/01_laporan_keuangan/04_Annual%20Report/)
- Kompas, 2010, Perkebunan Sawit 200 Konflik Masyarakat Adat-Perusahaan (Online), (<http://idsps.org>)
- Kotler, Philip and Nancy Lee.(2005). Corporate Social Responsibility: doing the most good for your company and your cause
- Malkan Adiyanto., (2008)., “Determinasi Nilai Perusahaan”. Tesis Magister Manajemen, Semarang: Progam Pascasarjana Universitas Stikubank. (Tidak Dipublikasikan)
- Mudrajad Kuncoro., (2001), Metode Kuantitatif, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Muh.AriefUjiyantho & Bambang Pramuka, (2007), Mekanisme Corporate Governance Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan, Simposium Nasional Akuntansi X Unhass Makasar.,
- Ni Wayan Rustiarini., (2010), “Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility Dan Nilai Perusahaan”, Jurnal SNA XIII, Bali: FE Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Ni Wayan Yuniasih, dan Wirakusuma Made Gede., (2009), “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi”, Jurnal Akuntansi dan Bisnis Vol. 4 No. 1, FE Universitas Udayana.
- Riahi-Belkhoui, Ahmed., (2006), Accounting Theory: Teori Akuntansi.
- Rika Nurlela dan Islahuddin., (2005), “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak.
- Singgih Santoso, (2002), Buku Latihan SPSS: Statistik Multivariat, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sloan, Richard G., (1996)., “Do Stock Prices Fully Reflect Information in Accruals and Cash Flows About Future Earnings”, journal The Accounting Review, Vol 71. No 3, University of Pennsylvania.
- Sonny Keraf, (1998), Etika Bisnis: Tuntutan Dan Relevansinya, Edisi Baru, Yogyakarta: Kanisius.
- Sri Adiningsih., (1993)., Statistik, Edisi Pertama, Cetakan Pertama., Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Sukrisno Agoes, dan I Cenik Ardana., (2009), *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Sutuhnya*, Jakarta: Salemba Empat.
- Suryono, (2007), *Statistika Terapan: Teori dan Aplikasi Statistik* (Online) (<http://statistikaterapan.wordpress.com>). Diakses 12 Agustus 2012.
- Vinola Herawaty., (2008), *Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable Dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan*, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 10, No. 2, November 2008: 97-108, Universitas Trisakti, Indonesia.
- Vroom dalam Hasibuan, (2008), *Teori Harapan* (Online), (<http://ramkur.blogspot.com/2008/05/teori-harapan.html>.) Diakses Kamis, 28 Maret 2012 jam 10.06 WIB.

Peran Strategis SDM di dalam Membangun Organisasi Bersaing

(HR Roles Strategies in building a competitive organization)

Prihatin Tiyanto PH
UNTAG Semarang

Abstrak

SDM memiliki peran yang sangat strategis. Sumberdaya manusia pada abad 20 an terfokus pada personalia atau administrasi, pada abad 21 mengalami pergeseran peran yang sangat signifikan. Peran sumberdaya manusia sangat menentukan untuk membangun organisasi bersaing. Peran itu diimplementasikan sebagai agent of change, partner strategy serta advocate or employee contribution. Kedudukan sumberdaya manusia bukan lagi sebagai factor produksi melainkan sebagai asset organisasi yang memiliki intellectual capital dan competence dengan demikian SDM di harapkan dapat meraih keunggulan organisasi. Sumber daya manusia sebagai asset dapat membangun organisasi bersaing melalui Manajemen Strategi SDM (Management of strategic human resource), Manajemen Transformasi dan Perubahan (Management of transformation and change), Manajemen Infrastruktur Sumberdaya Manusia Perusahaan (Management of firm infrastructure HR); dan Manajemen Kontribusi Karyawan (Management of employee contribution). Keunggulan bersaing organisasi bergantung peran sumber daya manusia yang diberdayakan secara maksimal.

Key Words: *SDM, Organisasi bersaing, intellectual capital dan competence.*

PENDAHULUAN

Manajemen Sumberdaya manusia sebagai gambaran personil yang sudah lama ada dalam organisasi dan mendapatkan pengakuan sebagai pemain utama di dalam corporate strategi. Departemen manajemen sumberdaya manusia tidak hanya mendukung tujuan strategi organisasi tetapi secara aktif menentukan berjalannya organisasi di mana perencanaan sumberdaya manusia terintegrasi di dalam kinerja organisasi.

Sumberdaya manusia telah mengalami pergeseran peran. Pada abad 20 Sumberdaya Manusia yang tadinya terfokus pada pasar hari ini untuk meraih profit, pada abad 21

sudah mulai terfokus pada pasar di hari esok atau bagaimana menciptakan pasar di masa depan melalui kreativitas dan inovasi, serta memprediksi berbagai peluang untuk keberlanjutan bisnis. Kondisi ini diawali dari pasar local yang telah bergeser menuju ke pasar global; organisasi yang tadinya bekerja secara hirarki bergeser meluas ke jaringan; dari karyawan yang patuh terhadap wewenang formal mulai menggugat atau mempertanyakan keberadaan wewenang formal karena menyebabkan ketidakberdayaan; karyawan yang dahulu bekerja penuh waktu beralih ke kerja *part time* atau ke pekerjaan *project* sesuai profesi, dari karyawan yang dahulu hanya sekedar bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup

bergeser pada pekerja yang mampu bekerja memberikan kontribusi bagi organisasi; sumberdaya manusia tadinya terfokus pada bagaimana mendapatkan pekerjaan bergeser bagaimana mendapatkan kehidupan yang layak (*quality of work life*). Dengan demikian acuan terhadap upah minimum seperti UMR, UMP, yang diterapkan saat ini sudah sepantasnya patut di evaluasi kembali. Peran SDM bukan sebagai factor produksi seperti 6 elemen manajemen (*man, money, material, markets, machine dan methods*) melainkan actor yang memiliki kemampuan *Intellectual Capital* dan *Competence*. Dengan demikian *outcome* yang diharapkan organisasi bukan hanya seadanya melainkan harus memiliki (Prihatin Tiyanto PH, 2010): 1. Produktivitas karyawan tertinggi. 2. Hasil financial terkuat. 3. Tercapainya tujuan strategi organisasi. 4. Memainkan peran kunci pada team manajemen.

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan dalam studi literature ini adalah untuk mengetahui: 1. bagaimana peran manajemen sumberdaya manusia. 2. Bagaimana pergeseran peran sumberdaya manusia. 3. Bagaimana peran strategi sumberdaya manusia untuk membangun keunggulan bersaing di dalam bisnis? Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut dikaji dari berbagai studi literature yang relevan.

Peran Manajemen Sumberdaya Manusia (HRM roles)

Peran manajemen sumber daya manusia di atas dapat di jawab melalui studi yang di ambil dari berbagai sumber ilmiah yang mendukung jawaban secara teoritik dan empirik. Sumber yang berasal dari buku literature dan jurnal menjadi acuan utama

agar di dapat legitimasi secara teoritik dan empiric.

Sebelum menjawab permasalahan di atas perlu di urai ke belakang, bahwa peran sumberdaya manusia bukan lagi masalah ahli administrasi atau manajemen personalia, melainkan sudah mengalami pergeseran yang sangat pesat. Pergeseran sumberdaya manusia tidak terlepas dari pola pikir manusia yang semula hanya sebagai factor produksi berubah menjadi asset organisasi dengan memanfaatkan modal intelektual (*intellectual capital*). Modal intelektual menunjukkan pengetahuan, kemampuan, pengalaman yang dimiliki sehingga mampu melakukan kreativitas dan inovasi sumberdaya manusia. Modal intelektual memanfaatkan potensi yang dimiliki manusia atau *human capital*. (Schuler, R.S and Jackson, S.E. 1996). Pentingnya modal manusia terletak pada *structural capital*, dan *social capital* atau *relation capital*. Modal manusia menyangkut *knowledge skills and ability/ attitude* (Raymond Caldwell, 2010), atau talenta dari setiap sumberdaya manusia yang dimiliki. *Structural capital* memanfaatkan orang orang kunci (*key persons*) untuk membangun bisnis; modal social atau *relation capital* untuk membangun jejaring menciptakan jalinan yang luas dari *assets* semua sumberdaya yang dimiliki.

Pemahaman di atas dapat diungkapkan lebih lanjut, karena masalah sumberdaya manusia sudah berkembang dengan focus pada pengembangan sumberdaya manusia (*human resources development*). Seperti dijelaskan bahwa peran sumberdaya manusia telah berubah tidak hanya sebagai ahli administrasi yang berhubungan

dengan masalah masalah kearsipan dan kesekretariatan melainkan berkembang sebagai: (Noe. A. Raymond. *et. al.* 2003; Barry A. Friedman. 2007; Wang De Yang; Niu, Jen Han; 2010)

1). *Strategic partner:*

Sumberdaya manusia bukan hanya sebagai pekerja atau karyawan biasa namun keahlian yang dimiliki dan intelektualnya dapat menjadi partner strategi perusahaan. Di dalam hal ini menyamakan antara strategi manajemen sumberdaya manusia beriringan sejajar dengan strategi bisnis adalah hal penting dan utama untuk membantu perusahaan mengeksekusi strategi bisnis. Keterampilan yang dimiliki sumberdaya manusia dibutuhkan di dalam *strategic partner* pada di bidang a. data-base, b. *decision – making* dan c. bidang lainnya. Tujuan *strategic partner* adalah bagaimana mengubah posisi sumberdaya manusia yang memiliki potensi besar menjadi partner bagi perusahaan untuk meraih hasil bisnis secara maksimal. Di sini peran modal intelektual sangat menentukan secara strategis keberhasilan organisasi untuk bisa bersaing melampaui sumberdaya manusia pada organisasi lainnya.

2). *Administrative expert:*

Peran administratif sumberdaya manusia sudah lazim, karena sumberdaya manusia bukan hanya sekedar pelaksana teknis dan fisik saja namun dituntut keahlian administrative. Sumberdaya manusia merancang dan menyampaikan praktek, proses dan system manajemen sumberdaya manusia yang efektif dan efisien, hal demikian dibutuhkan keterampilan administratif. Seperti di dalam system seleksi, pengembangan, pelatihan, penilaian

dan pengupahan karyawan. Keterampilan yang diperlukan di dalam *administrative expert* contohnya adalah sebagai berikut a. *Legal Compliance*, b. *Contract*, c. *Administrative HRM* ; d. *Human Resources Information System*. Untuk itu keahlian administrasi dapat dikembangkan keberlangsungannya dan ditingkatkan untuk mengantisipasi perubahan kemajuan global. Sumberdaya manusia yang berhasil di tuntut mampu mempraktekkan secara administrative, agar semua histori di dalam perjalanan sumberdaya manusia di dalam organisasi bisa terdokumentasi secara syah. Dengan demikian *track record* setiap sumberdaya manusia ter dokumentasi secara rapi dan tersedia lengkap untuk bisa digunakan dan memberikan manfaat secara maksimal bagi keuntungan bisnis.

3). *Employee Advocate:*

Keahlian karyawan di samping memiliki keterampilan secara teknis juga memiliki kemampuan administrative oleh karena itu SDM memiliki kemampuan lebih, berarti sumberdaya manusia yang dimiliki mampu menjelaskan secara rinci terhadap kebutuhan yang diperlukan stakeholder internal dan eksternal. Kemampuan ini dapat di tularkan, sebagai SDM yang profesional mampu dimintai pendapat bagi kemajuan bisnis. SDM dapat memberikan kontribusinya bagi kemajuan organisasi. Untuk itu agar SDM memiliki kompetensi, manajemen meminta komitmen dan kontribusi yang bermanfaat bagi setiap karyawan. Manajemen tidak memperlakukan bagaimana SDM memiliki keterampilan. Keterampilan yang dibutuhkan sebagai *Employee Advocate* atau *employee champion* berkaitan dengan keahliannya seperti a. *Counseling*, b. *Developing*

Teams. SDM diharapkan memiliki sikap pro aktif dan entrepreneurial, dengan demikian cara *maintaince* karyawan menjadi sangat penting, sikap reaktif dan *risk- averter* perlu di buang jauh jauh. Jika karyawan marah atau diasingkan mereka tidak akan memberikan kontribusinya bagi keberhasilan perusahaan, lebih lebih bila karyawan tidak mau menetap di perusahaan sehingga sering terjadi *turn over* untuk jangka panjang akan berdampak sangat merugikan bagi perusahaan. Dengan demikian jelas bahwa SDM dapat menjadi penasihat menjadi pemenang bagi SDM yang bersangkutan maupun organisasi yang membutuhkan untuk kemajuan bisnis.

4). *Change agents*:

Manajemen sumberdaya manusia harus mampu menolong setiap usaha mentransformasi organisasi untuk mempertemukan kondisi persaingan yang baru. Setiap karyawan membutuhkan perubahan dan mengembangkan kapasitasnya untuk berubah. Perubahan menjadi hal yang pasti sehingga karyawan dituntut selalu menyesuaikan perubahan perubahan dan beradaptasi serta mengantisipasi terhadap masa depan perusahaan. Keterampilan keterampilan profesional yang dibutuhkan manajemen sumberdaya manusia sebagai agent perubahan (*change agent*) meliputi keahlian di dalam a. *Negotiations*, b. *Communication*, c. *overcoming resistance to change*. Sumberdaya manusia sebagai agen perubahan menjadi factor kunci untuk mentransformasi internal organisasi mengatasi potensi factor eksternal yang begitu berubah secara cepat. Kemampuan perusahaan atau organisasi yang mampu memanfaatkan faktor internal untuk

berubah secara cepat di dalam menghadapi factor eksternal sudah dapat di pastikan bisnis akan survival serta *leading* dan mampu membangun keunggulan bersaing. Perubahan peran ini menjadi titik awal bagaimana memanfaatkan semua potensi SDM yang dimiliki untuk mengevaluasi kembali organisasi atau bisnis agar berubah menjadi organisasi yang maju dan unggul siap untuk berkompetisi secara sehat dengan bisnis yang lain.

Pergeseran Peran Sumberdaya

Manusia

Organisasi dituntut dan diminta untuk beradaptasi terhadap pergeseran ini. Kemampuan organisasi mengantisipasi peran SDM di masa yang akan datang dapat dipastikan dalam kondisi apapun organisasi tetap *survive*. Pada saat ini SDM bisnis yang masi berbicara pada pasar local di masa depan akan berbicara pada pasar global. Pada masa ini yang masih berpikir hirarki dimasa depan akan dituntut memiliki *networks*. Pada masa ini bila masih berpikir pada kepatuhan wewenang formal di masa depan akan mempertanyakan kembali. Masa kini lokasi usaha menetap di satu tempat di masa depan lokasi akan berbeda dan sangat fleksibel. Masa kini karyawan masih di tuntut loyalitas kedepan SDM akan dituntut marketable. Masa lalu berpikir bagaimana mendapat kerja namun di masa yang akan datang berpikir bagaimana mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Perubahan peran SDM perlu diikuti oleh organisasi. Peran pergeseran sumberdaya manusia semakin hari akan semakin intensif di berbagai bidang pekerjaan, baik itu pada industry manufactur maupun pada jasa. Sehingga sumberdaya manusia yang tidak memiliki *intelektual capital* dan

Tabel 1. Pergeseran Yang membentuk kembali Peran SDM

No	Dari		Ke	
	To days		In The Future	
1.	Local Markets	Operations	Global Markets	Operations
	Manufacturing	Clerical work	Service	Knowledge works
2.	Hierarchy		Network	
	Intermediaries	Face to face	Direct Acces	Virtual Relationships
3.	Obidience to formal authority		Questioning of Formal Authority	
	Stability, efficiency	Control	Change, creativity	Flexibility, order
4.	Full time job		Part time and	Project work
	Customer Service		Shareholder	Stakeholder value
5.	Work done by employees		Work done by many contributions	
	Fixed work location		Diverse work location	
6.	Management Prerogative		Social licence	
	Loyal service		Marketable knowledge	Skill
7.	White, male	workforce	Diverse	Workforce
	Financial performace		Triple bottom line	
8.	Get a job		Get a life	

Sumber: strategic consulting group, diolah, 2010

competence akan tergilas dengan perubahan peran SDM tersebut. Lihat Tabel 1.

Pergeseran peran sumberdaya manusia ini harus diikuti oleh semua organisasi, karena setiap organisasi dituntut untuk berubah. Oleh karena itu sumberdaya manusia di dalam organisasi perlu beradaptasi terhadap perannya, bukan hanya tergantung pada pucuk pimpinan atau top manajemen. Setiap sumberdaya manusia dituntut menjadi pemimpin bagi dirinya sendiri (*leadership from every body*) bukan lagi menggantungkan *leadership from the top*. Setiap sumberdaya manusia dituntut untuk kreatif dan inovatif, bahkan diperlukan berpikir *out of box*. Hal ini terjadi karena wewenang formal tidak lagi ketat melainkan control dipandu oleh pemimpin yang visioner. Wewenang formal bergantung pada visi dan nilai nilai (*control by vision and values*).

Peran Strategi SDM Membangun Keunggulan Organisasi. (Dr. Muna Kalyani, 2011; Choi Sang Long, and Wan Khairuzzaman Wan Ismail; 2008)

Peran Sumberdaya Manusia di dalam membangun keunggulan organisasi tidak bisa dilepaskan dari pemahaman manajemen praktis. Oleh karena itu pengetahuan formal tentang manajemen khususnya hal hal sebagai berikut ini menjadi sangat signifikan (Prihatin Tiyanto PH, 2010: 26-28): 1. *Management of strategic human resource*. 2. *Management of transformation and change*. 3. *Management of firm infrastructure*. 4. *Management of employee contribution*. Peran strategi sumberdaya manusia dan di dalam praktek manajemen secara rinci dapat dijelaskan untuk membantu mencapai keunggulan organisasi, sebagai berikut:

1. Manajemen Strategi SDM (*Management of strategic human resource*)

Strategy adalah sebuah jalan dari adanya kegiatan. Strategi merupakan perencanaan jangka panjang perusahaan agar terjaga keseimbangan antara kekuatan - kelemahan internal dengan ancaman serta peluang eksternal untuk memelihara dan menciptakan keunggulan kompetitif (bersaing). Manajemen strategi sebagai proses mengidentifikasi dan mengeksekusi misi organisasi yang sesuai dengan kemampuan organisasi berdasarkan permintaan dari lingkungan organisasi. Manajemen strategi sumberdaya manusia berintikan beberapa hal sebagai berikut, yaitu: Wright,P. and Mc Mahan, G. (1992).

- a. Mengkaitkan manajemen sumberdaya manusia dengan tujuan dan sasaran strategi agar mampu memperbaiki kinerja bisnis dan mengembangkan budaya organisasi yang dapat membantu mempercepat inovasi dan fleksibilitas.
- b. Memformulasikan dan mengeksekusi system sumberdaya manusia yaitu aktivitas dan kebijakan sumberdaya manusia yang menghasilkan perilaku dan kompetensi yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan strategi tersebut.
- c. Memiliki pola penyebaran sumberdaya manusia dan aktivitas yang berkemampuan dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Sehingga tercipta strategi formulasi, strategi implementasi dan strategi evaluasi, yang berisikan hal hal seperti:
 - 1). Strategi formulasi-menyediakan input seperti apa yang sebelumnya telah

ditentukan types dan jumlah dari tersedianya sumberdaya manusia.

- 2). Strategi implementasi - membuat keputusan alokasi sumberdaya utama tentang struktur, proses dan sumberdaya manusia.
- 3). Strategi evaluation, mengukur dan mengevaluasi kinerja setiap sumberdaya manusia yang dimiliki.

2. Manajemen transformasi dan perubahan (*Management of transformation an and change*)

Organisasi apapun melakukan perubahan agar dapat hidup dan berkelanjutan. Perubahan di mulai dari top manajemen dan diikuti oleh seluruh unit terkecil dan unit paling depan dari organisasi. Dengan demikian pengendaliannya berdasarkan visi organisasi dan bagaimana menciptakan nilai yang berguna dan bermanfaat bagi kemajuan organisasi (*control by vision and values*). Sudah saatnya organisasi meninggalkan control berdasarkan hirarki. Karena control melalui hirarki menyebabkan sumberdaya terbatas dalam mengeksekusi aktivitas yang cepat, bahkan terjebak pada situasi tanpa harapan dan ketidak berdayaan. Sumberdaya manusia yang dimiliki di dalam organisasi harus mengacu pada visi, misi dan bertindak sesuai dengan nilai nilai yang diciptakan untuk menghasilkan (*returns*) bagi organisasi, melalui:

1). Tiga jalan perubahan sumberdaya manusia (*Three way changing human resources*):

- a. Membangun modal manusia (*human capital*)

Modal manusia adalah nilai ekonomi yang dimiliki sumberdaya manusia

berupa pengetahuan, pengalaman, keterampilan dan kemampuan karyawan, kesemuanya sangat bermanfaat bagi masa depan organisasi. Dan dengan modal manusia dapat digunakan untuk mengantisipasi meraih keberhasilan bisnis.

- b. Mengembangkan manajemen sumberdaya manusia global (*international human resources management*).

Lingkungan yang sangat kompleks membutuhkan tenaga kerja yang mampu mengantisipasi perkembangan global. Oleh karena itu kompleksitas lingkungan ditujukan pada SDM yang mampu menghasilkan bagi organisasi hal ini dimulai sejak dari perekrutan, penyeleksian, pengembangan dan pemeliharaan angkatan kerja yang mungkin saja bisa berbeda pada tataran skala global. Diharapkan setiap karyawan mulai mengadaptasi pemikiran pemikiran global untuk meraih hasil maksimal. Bisa saja SDM melakukan tindakan local namun dengan sentuhan global.

- c. Menggunakan teknologi informasi (*The using of information technology*).

Teknologi informasi sumberdaya manusia merupakan data base sumberdaya manusia, adalah kegiatan yang mampu merancang system computer yang terintegrasi untuk menyediakan data dan informasi yang digunakan di dalam pengambilan keputusan dan perencanaan sumberdaya manusia. Dari system manajemen sumberdaya manusia tradisional menuju ke system elektronik sumberdaya manusia dipengaruhi secara signifikan di masing masing wilayah atau departemen manajemen sumberdaya

manusia. Beberapa organisasi mulai menghilangkan pemanfaatan kertas dalam system manajemen sumberdaya manusia – dengan tujuan menghemat waktu, uang dan staff yang bebas, bahkan di masa depan penggunaan robot dan layar sentuh akan semakin marak. Tenaga manusia akan bergeser dan berganti dengan mesin dan elektronik. Tenaga kerja yang dibutuhkan adalah tenaga kerja yang kreatif inovatif yang mampu menciptakan kebutuhan pelanggan dan pasar di masa yang akan datang. Sumberdaya manusia demikian adalah sumberdaya yang memiliki kompetensi dan memiliki keunggulan berkelanjutan.

- 2). **Perubahan kontrak social (*The changing social contract*)** (Louisa wah 1998, Hall and Moss, 1998)

Perubahan lingkungan yang begitu cepat mengakibatkan perubahan terhadap permintaan dan penawaran sumberdaya manusia. Perubahan permintaan dan penawaran ini masing masing memiliki argumentasinya sendiri (Lousa Wah, 1998; Hall and Moss, 1998):

- a. Karyawan (*employee*)

Di perusahaan karyawan menuntut adanya kontrak kerja, kontrak lama karyawan menuntut adanya keamanan kerja (*job security*), pengakuan sebagai mesin organisasi (*a cognition in the machine*), serta terdapat kepastian di dalam bekerja (*knowing*). Pada kontrak baru karyawan menuntut penghargaan terhadap kemampuan karyawan (*employability*), tanggung jawab personal (*personal responsibility*), partner di dalam perbaikan bisnis (*partner in business improvement*)

dan pembelajaran (*learning*). Dengan demikian kontrak baru karyawan menuju pada karyawan yang profesional, bukan karyawan yang di jadikan robot yang tidak mampu memberi kontribusi maksimal terhadap organisasi. Dengan demikian akan menumbuhkan kepercayaan bagi karyawan dan mengurangi timbulnya konflik antara karyawan dan pengusaha.

b. Pengusaha (*employer*)

Kontrak lama pengusaha menginginkan paket kompensasi tradisional (*traditional compensation package*); program pelatihan standard (*standard training program*) ; rutinitas pekerjaan (*routine jobs*), dan informasi yang terbatas (*limited information*). Pada Kontrak baru pengusaha menginginkan karyawan dapat belajar terus menerus (*continuous learning*), pergerakan karir secara lateral (*lateral career movement*), terdapatnya kompensasi insentive (*incentive compentation*), peluang mengembangkan kreatifitas (*creative development opportunities*), tugas tugas yang menantang (*challenging assignments*), informasi dan sumberdaya (*information and resources*). Oleh karena itu pengusaha dituntut mengikuti perkembangan kemajuan sumberdaya manusia bukan hanya sebagai factor melainkan sebagai actor yang mampu mengubah peran SDM seperti yang diinginkan perusahaan. Di dalam hal ini bukan hanya karyawan yang dituntut untuk berubah namun pegusaha juga dituntut untuk selalu menyesuaikan tuntutan perubahan karyawan.

Dengan demikian perubahan manajemen sumberdaya manusia pada abad 20

menuju ke abad 21 jelas sekali terus bergeser dengan berbagai tuntutan yang selalu disesuaikan baik dari sisi karyawan maupun dari sisi pengusaha. Oleh karena itu peran pemerintah sudah sangat mendesak membuat regulasi serta deregulasi untuk membuat keseimbangan baru tuntutan sumberdaya manusia dan pengusaha. Perubahan ini melibatkan lembaga lembaga terkait termasuk *stakeholders* yang mengadopsi serta menyesuaikan dengan tuntutan global, dengan demikian tuntutan adanya kesepakatan kerja bersama, hubungan industrial, penyelesaian hubungan industrial, dan tuntutan terhadap perkembangan aspek legal serta perjanjian kerja menjadi mutlak untuk mengatur hubungan antara karyawan, pengusaha serta peran pemerintah. Hubungan industrial perlu di pertajam dan diperteas untuk menghindari timbulnya konflik antara karyawan dan pengusaha karena memiliki pemahaman yang berbeda. Dengan demikian pemahaman yang sama akan menyebabkan berjalannya bisnis menjadi seimbang.

3). Operasi terhadap transformasi strategi sumber daya manusia (*Operational to strategic transformation of HR*)

Proses perubahan sumberdaya dari tingkatan operasional menuju ke tingkatan strategi, menyebabkan terjadinya perubahan dengan focus perubahan dari focus karyawan ke focus organisasi (strategi). Perubahan ini di mulai dari karyawan yang tadinya reaktif menuju pada sikap proaktif. Strategi sumberdaya yang tadinya hanya mengumpulkan data data sumber daya manusia berkembang mengukur sumberdaya manusia kearah metric. Peran

sumberdaya manusia yang dahulunya hanya merespons penataan tujuan dan sasaran oleh eksekutif menjadi peran strategi menjadi bagaimana mengembangkan prosedur dan merevisi kebijakan; yang dahulu hanya membuat program yang bermanfaat dengan mengadministrasikan karyawan sekarang menjadi mengevaluasi strategi kemanfaatannya; Mempekerjakan staf dengan merekrut dan menseleksi karyawan secara strategi merencanakan sumberdaya manusia dengan mengkaitkan dengan sumberdaya dari staf eksternal. Selain itu meng administrasikan perencanaan yang berbasis kompensasi menuju ke pengembangan perencanaan kompensasi yang difokuskan bagaimana mempertahankan dan kinerja karyawan.

perusahaan, serta bagaimana menciptakan keunggulan perusahaan menjadi *leading* di segala sisi sesuai tuntutan perubahan era baru. Perusahaan tidak hanya menjadi *follower* melainkan harus menjadi *leader*. Kondisi ni bisa di dapatkan bila pemimpin mampu membangun spirits setiap sumberdaya manusia menjadi *corporate culture*.

3. Manajemen infrastruktur SDM perusahaan (*Management of firm infrastructure HR*)

Di Amerika Serikat (USA) tumpuan manajemen sumberdaya manusia terdapat dua aliran mendasar yaitu berasal dari: 1. *Harvard Business School* dan 2. *Michigan Business School*. (Truss C. et. al, 1997).

Tabel 2. Operasi menuju pada perubahan strategi sumberdaya manusia

No	Operational (Employee focus)	Strategic (Organizational Focus)
1.	<i>Reactive</i>	<i>Proactive</i>
2.	<i>Collecting HR data</i>	<i>Measuring HR with metrics</i>
3.	<i>Responding to goals and objectives set by executives</i>	<i>Setting strategic HR goals and objectives</i>
4.	<i>Complying with laws, policies, and procedures</i>	<i>Developing and revising policies and procedures</i>
5.	<i>Administering employee benefits programs</i>	<i>Evaluating benefits strategically</i>
6.	<i>Designing training program</i>	<i>Identifying organizational training needs</i>
7.	<i>Staffing jobs by recruiting and selecting employees</i>	<i>HR planning and linking with external staffing resources</i>
8.	<i>Administering base compensation plans</i>	<i>Developing compensation plans focusing an employee performance and retention</i>

Sumber: data sekunder, di olah, 2010

Secara lengkap tataran operasi menuju strategi perubahan sumberdaya manusia dapat dilihat pada Table 2. di bawah ini. Tataran operasi ini akan terus berkembang kearah yang lebih strategis untuk mempertahankan tingkat survival

Pada *Harvard Business School* pengembangannya pada *soft approach* (sisi dalam manusia) dan konsep *human relation*. Sedangkan pada *Michigan Business School* berasal dari *hard approach* (sisi luar manusia) dan kosep infrastruktur.

Kedua nya sangat besar kontribusinya bagi pengembangan sumberdaya manusia. Baik sisi dalam dan sisi luar manusia perlu mendapatkan perhatian. Dari sisi dalam bertumpu pada motivasi internal yang berkaitan dengan pengembangan kepribadian manusia, character dan moral manusia. Sedangkan dari sisi luar bertumpu pada motivasi eksternal yang berkaitan pada kepercayaan diri, komitmen dan kebanggaan terhadap organisasi.

Pentingnya konsep *hard* dan *soft approach* dalam manajemen sumberdaya manusia dapat di lihat pada Tabel 3 di bawah ini.

masa depannya. Konsep infrastruktur berkaitan dengan fasilitas yang tersedia untuk meningkatkan proses pembelajaran karyawan di dalam organisasi. Dengan demikian kedua pendekatan dapat dipadukan untuk membangun keunggulan bersaing organisasi.

4. Manajemen kontribusi karyawan (*Management of employee contribution*)

Setiap perusahaan berusaha mendapatkan karyawan terbaik. Untuk menarik angkatan kerja agar efektif dapat dilakukan dengan berbagai cara serta mempertimbangkan berbagai hal sebagai berikut:

Tabel 3. Konsep *Hard* dan *Soft Approach*

No	Kondisi	Hard Approach	Soft Approach
1	Kompetensi tinggi motivasi rendah	Menaikkan Kompensasi Rotasi	Memberikan kepercayaan lebih besar pada employee Merubah midset
2.	Kompetensi rendah motivasi tinggi	Pelatihan/coaching P e n g e m b a n g a n Pendidikan	Menjaga kualitas komunikasi dalam team work/interpersonal
3.	Kompetensi Tinggi Motivasi tinggi	Promosi Jabatan Job enlargement	Memberikan Kepercayaan yang lebih besar Memberikan penghargaan

Sumber: Data Sekunder di olah, 2010

Konsep *Human Relation* (Elton Mayo, 1920s) berkaitan dengan manusia sebagai kunci untuk meningkatkan produktivitas; perasaan manusia, sikap, dan hubungan dengan rekan kerja menjadi sangat penting bagi manajemen; serta membangun kelompok kerja menjadi factor yang sangat dominan. Sedangkan konsep infrastruktur adalah konsep yang berkaitan dengan organisasi yang mampu meningkatkan pengembangan karyawan menjadi karyawan yang bisa memberdayakan diri serta membangun kemandirian bagi

- Melakukan perencanaan sumberdaya manusia
 - Melakukan pensiun bagi karyawan usia pensiun atau mengundurkan diri
 - Perusahaan meningkatkan pertumbuhan
 - Karyawan meminta pengunduran diri
- Perusahaan selanjutnya dapat melakukan aktivitas sebagai berikut:
- Melakukan recruitment calon pegawai baru.
 - Mencari sumber sumber calon tenaga kerja dari iklan, internet, atau berburu mencari tenaga kerja pada perguruan

tinggi

Setelah dirasakan terdapat banyak yang melamar atau calon pelamar, perusahaan melakukan aktivitas lanjutan sebagai berikut:

- a. Memilih calon yang telah memasukkan lamaran.
- b. Melakukan interview
- c. Melakukan test baik tertulis ataupun lisan.

Seterusnya dilakukan penerimaan bagi karyawan baru yang terpilih, dengan mencocokkan antara keinginan perusahaan atau organisasi dengan kontribusi karyawan baru.

Strategi terintegrasi diperlukan antara perencanaan kompensasi dan perencanaan bisnis. (Cascio. F. Wayne; 2003:418-443). Pencocokkan dilaksanakan mengingat adanya dorongan dari perusahaan seperti: tingkat besaran pembayaran atau manfaat yang akan diperoleh perusahaan (*pay and benefits*); keberartian kerja bagi karyawan (*meaningful work*); tingkat kemajuan (*advancement*); tantangan (*challenge*) dan pelatihan (*training*) bagi karyawan yang bersangkutan. Sedangkan dari calon karyawan dilihat dari: kontribusi karyawan bagi perusahaan atau organisasi, yang meliputi tingkat kemampuan (*ability*), pendidikan (*education*), kreativitas (*creativity*), komitmen (*commitment*) dan keahlian (*expertise*) karyawan. Pencocokan ini penting karena untuk menghindari praktek praktek tidak terpuji yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Perusahaan berupaya melakukan pemeliharaan agar angkatan kerja tetap

effective di dalam bekerja, berbagai cara yang dilakukan dengan cara memberikan:

1. Kompensasi yang layak, seperti system penggajian dan pengupahan, kesetaraan kompensasi, pembayaran berdasarkan kinerja.
2. Memberikan kemanfaatan bagi tenaga kerja yang telah bekerja seperti jenjang karir yang jelas; adanya training, pendidikan, memberikan jaminan social dan lain-lain.
3. Pemutusan hubungan kerja (PHK) yaitu nilai dari PHK untuk memelihara agar angkatan kerja tetap efektif. PHK dapat dilakukan dengan dua cara: 1. Karyawan yang memiliki tingkat kinerja yang jelek dapat dilakukan PHK dan 2. Pengusaha dapat menggunakan pola interview keluar dengan cara-cara yang positif.

Penutup.

Kesimpulan utama dari peran strategi SDM di dalam membangun keunggulan organisasi terletak pada empat hal utama: Bahwa sumberdaya manusia sebagai asset perusahaan memiliki modal intelektual dan kompetensi. Sumberdaya manusia dapat membangun keunggulan organisasi dengan mengimplementasikan:

Manajemen Strategi SDM (*Management of strategic human resource*), bertumpu pada formulasi, implementasi dan evaluasi sumberdaya manusia. Manajemen transformasi dan perubahan (*Management of transformation and change*), dengan mendasarkan pada pengendalian melalui visi serta nilai-nilai (*controls by vision and values*). Manajemen infrastruktur Sumberdaya Manusia perusahaan (*Management of firm infrastructure HR*); Mengacu pada konsep *hard and soft approach Human Resources*. Manajemen

kontribusi karyawan (*Management of employee contribution*); bagaimana memilih karyawan yang mampu memberikan kontribusi terbaiknya bagi organisasi bisnis, dengan system kompensasi yang memadai serta mampu berinovasi dan berkreativitas untuk meningkatkan karir mereka.

Dengan demikian akan terbangun peran strategis Sumberdaya manusia di dalam membangun organisasi bersaing.

Referensi

Barry A. Friedman (2007), "Globalization Implications for Human Resource Management Roles", *Employ Respons Rights J* (2007) 19:157–171

Choi Sang Long and Wan Khairuzzaman Wan Ismail (2008), "Understanding the Relationship of HR Competencies & Roles of Malaysian Human Resource Professionals", *European Journal of Social Sciences – Volume 7, Number 1*, pp 88-103.

Cascio, W.F. (2003), *Managing Human Resources, Productivity, Quality of Work, Life and Profit*, 6th. Edition, NY: Mc Graw hill, Inc.

Dr. Muna Kalyani (2011): "Human Resource Strategy: A Tool of Managing Change for Organizational Excellence", *International Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 8.

Louisa Wah, "The New Workplace Paradox", *Management Review*, January 1998, 7.

Miles R and Snow C. (1984) Designing Strategic Human Resources Systems,

Organizational Dynamics, Summer: 36-52.

Mondy, R Wayne. *Human resource Management* 10th Ed. New Jersey: Pearson, 2008.

Noe. A. Raymond; Hollenbeck. R John; Gerhart, Berry; Wright M. Patrick; (2003). *Human resources management: Gaining a competitive advantage*; McGraw-Hill Higher Education; International Edition.

Prihatin Tiyanto PH (2010), Tantangan Manajemen Sumberdaya Manusia Era Abad 21". Penerbit Edukasi Mitra Grafika; cetakan pertama.

Raymond Caldwell (2010), "Are HR Business Partner Competency Models Effective?", *Applied H.R.M. Research*, 2010, Volume 12, Number 1, pages 40-58

Schuler, R.S and Jackson, S.E. 1996, *Human Resources Management: Positioning for the 21st Century*. 6th. Minneapolis St. Paul: West Publishing.

Towers Perrin and Duncan Brown, "Reward strategies for real : moving from intent to impact," *world at work journal* 10, no .3 (thrd quarter, 2001).

Truss C, Gratton L, Hope-Hailey V, McGovern P, & Stiles P. (1997) Soft & Hard Models of HRM: A Reappraisal . *Journal of Management Studies*, 34,1, pp.53-73.

Wang De Yau; Niu Jen Han (2010); Multiple Roles of Human Resources Departmen in Buildings Organizational Competitiveness-

perspective of role Theory; International
Management Review Vo.6 No.2.pp 13-18

Wright, P. and McMahan, G. (1992)
Theoretical Perspectives for Strategic
HRM , *Journal of Management*, Vol. 18,
No. 2, pp. 295-320.

HR Outsourcing (HRO): Its Impact on
Your Company, Your Career, and the HR
Profession (Presented by Tom Darrow
2006/2007 SHRM-Atlanta President
Principal, Talent Connections)

Diagnosing Organizational Change: How The Implications To Employee And Organization Performances

Prita Ayu Kusumawardhany
Universitas Surabaya
pritaayu@ubaya.ac.id

Abstract

Business environment with continual changing and tight competition required each organization to survive and win the competition. Organizations are required to learn and to grow in gaining competitive advantage. Organization's ability to survive is determined by the ability of organizations to change, adapt to changing business environment and potential changes that could occur in the future. This study describes the process of change that happened on one of a state owned company in Indonesia with 17 (seventeen) diagnosed key elements of the changes model by using the Readiness for Change by Stewart. From the diagnosed process, it could be seen the changes had been taken place so far and the reaction or response from the organization players, which can be useful in searching for factors that can support and hinder the implementation of change within an organization and how much GAP happened. The better reaction from the players would give the organization positive implications on employee performance and also the performance of the organization. The type of research is using explanatory. This research used a case study, using interviews, observation and screening the company's internal documents to obtain necessary data.

Keywords: *organization change, readiness for change model, 17 (seventeen) key elements, employee performances, organization performance*

PENDAHULUAN

Menurut Senge (1994), lingkungan bisnis yang senantiasa berubah dan persaingan yang semakin ketat menuntut setiap organisasi untuk bisa bertahan dan memenangkan persaingan, suatu organisasi yang sudah berdiri dan ingin berkembang akan selalu belajar agar hari esok lebih baik dari hari ini, sehingga memungkinkan organisasinya untuk mendapatkan keunggulan bersaing, intinya adalah organisasi dituntut bisa dan mampu untuk belajar dan berkembang secara terus menerus.

Di masa lampau, perubahan organisasi memiliki resiko tinggi sehingga menyebabkan keraguan bagi para manajer dan top level manajemen untuk melakukannya. Namun saat ini perubahan organisasi sangat perlu dan penting untuk dilakukan, hal ini seperti yang telah dinyatakan oleh Sanjeev (2009): " Changing organization is more necessary and important than ever. Due to well known factors such as fierce and worldwide competition, rapidly changing customers needs, and the new horizons offered by information technology, both the

speed and the magnitude of the necessary organizational change have increased. "Dalam kondisi persaingan ekonomi yang terjadi, suatu organisasi bergantung pada kepuasan pemegang saham. Apabila pemegang saham tidak puas, mereka akan memindahkan modal ke organisasi lain dan mengganti jajaran manajemen dengan orang baru yang sesuai dengan klasifikasi mereka. Hal tersebut menyebabkan para manajer melakukan perubahan untuk menghasilkan kinerja organisasi yang lebih baik, walaupun perubahan adalah sebuah aktivitas yang beresiko (Palmer, Dunford dan Akin, 2009).

Menurut sebuah sumber dari Southeastern Louisiana University yang dikutip dalam www.bnet.com, "Organizational change is an ongoing process in order to bring the organizational systems and processes in line with the factors prevailing in the external and internal environment of the organization". Thomson (2003) menyatakan bahwa *Organization change* sangat penting untuk mencapai kesuksesan jangka panjang sebuah organisasi. *Change* dalam sebuah organisasi adalah suatu hal yang dituntut diimplementasikan secara tepat. *Organizational change* merupakan sebuah proses untuk menyesuaikan sistem dan proses organisasi dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan internal maupun eksternal dalam suatu organisasi.

Sementara itu, setiap perubahan akan mempengaruhi siapapun baik pihak manajemen ataupun karyawan. *Change* bisa ditanggapi secara positif ataupun negatif bergantung pada jenis dan derajat perubahan itu sendiri. Ditanggapi secara negatif atau dalam bentuk penolakan

(*resistance*) kalau perubahan yang terjadi dinilai merugikan diri manajemen dan karyawan.

Unit of Analysis penelitian ini adalah PT.X yang mengambil lokasi di salah satu BUMN (Badan Usaha Milik Negara) di Surabaya. BUMN di masa lalu sarat dengan berbagai belenggu birokrasi dan politik. Akibatnya bisnis BUMN tidak mampu bersaing dengan baik, apalagi kegiatan BUMN pada umumnya lebih banyak berkaitan dengan sektor pelayanan publik (Mangkuprawiraja, 2008). Kini BUMN dituntut untuk bersaing mengingat hampir seluruh BUMN menuju status persero. Itulah sebabnya BUMN lebih difokuskan untuk menjadi entitas bisnis dan ikon ekonomi Indonesia yang mampu memberikan kontribusi dalam bentuk *revenue*, kesempatan kerja, dan laba perusahaan. Lebih dari itu, BUMN juga ditantang untuk melakukan transformasi menuju perusahaan bertaraf global. Transformasi ini tentu sangat dipengaruhi oleh kekuatan dan kemampuan *human capital* BUMN untuk bersaing di pasar sasaran masing-masing BUMN termasuk di dalamnya PT. X.

PT. X merupakan satu-satunya BUMN yang bergerak dalam industri garam dan satu-satunya perusahaan garam yang memiliki lahan sendiri dan aset yang begitu banyak. Kebutuhan masyarakat akan garam sangatlah besar, karena garam merupakan kebutuhan pokok atau primer. Namun saat ini, banyak kendala yang terjadi yang berasal dari lingkungan eksternal. Kondisi global yang saat ini penuh dengan ketidakpastian dan lingkungan yang selalu berubah, menuntut PT. X untuk tetap dapat bersaing dan tetap menduduki posisi *leader* dalam industri garam.

Garam yang diproduksi oleh PT. X ada 2 macam yaitu garam olahan yang nantinya akan dibuat menjadi garam untuk konsumsi dan garam bahan baku untuk industri. Saat ini pemasukan terbesar PT. X berasal dari penjualan garam bahan baku industri. Namun jumlah produksi garam yang dihasilkan PT. X terbatas sehingga harus bersaing dengan garam Rakyat dan garam impor dalam memenuhi kebutuhan bahan baku untuk industri. Garam olahan disebut juga sebagai garam konsumsi. Garam konsumsi yang dipasarkan memiliki beberapa merek dengan kualitas dan segmen yang berbeda. Di dalam pemasaran garam konsumsi, PT. X bersaing dengan garam yang diproduksi oleh perusahaan swasta.

PT. X menyatakan dirinya sebagai BUMN yang melakukan proses *organization change*. Hal utama yang menunjukkan bahwa PT. X melakukan *change* adalah perubahan orientasi strategi yaitu dari *production oriented* menjadi *customer and service oriented*.

Mengacu pada strategi *customer and service oriented* yang dimiliki, maka PT. X berusaha untuk meningkatkan mutu. Oleh karena itu PT. X Indonesia telah mendapatkan Sertifikat ISO 9001:2008/ SNI ISO 9001:2008 yang dikeluarkan oleh PT. Sucofindo Jakarta. Dengan ISO, PT. X telah menerapkan sistem Manajemen Mutu garam sebagai landasan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Dalam sistem Manajemen Mutu yang diterapkan terdapat Kebijakan Mutu di PT. X sebagai landasan dalam

memberikan pelayanan pada konsumen guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Sasaran Mutu PT. X adalah meminimalkan *claim* yaitu tidak lebih dari 2% dari jumlah pengiriman produk ke konsumen dan Mengupayakan *customer satisfaction index* sebesar minimal 90%. *Main Research questions* adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi proses *change* yang telah berlangsung hingga saat ini terkait dengan perubahan orientasi strategi PT. X yang menjadi *customer and service oriented*?
2. Bagaimana proses *change* berimplikasi pada *employee performance* dan *organization performance*?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN TEORITIS

Organizational Change

Menurut McNamara (2007) “Organisasi adalah sekelompok orang yang dibentuk untuk mencapai tujuan”. Suatu bisnis dalam organisasi memiliki visi, misi, nilai, dan strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Adapun pengertian *organizational change* menurut Cummings and Worley (2008: 4): “Organizational change is more broadly focused and can apply to any kind of change, including technical and managerial innovations, organization decline, or evolution of system over time”. Definisi tersebut berarti *organization change* meliputi berbagai macam *change* yang terjadi dalam suatu organisasi yang dikarenakan *changing environments, competitor initiatives, technological innovation, globalization, dan restructuring*.

Sedangkan menurut (McNamara, 2007), “Typically, the concept of organizational change is in regard to organization-wide

change, as opposed to smaller changes such as adding a new person, modifying a program, etc”. Contoh *organization-wide change* meliputi change pada misi, restrukturisasi, teknologi, merger, program baru seperti *Total Quality Management* dan lain sebagainya.

Organizational change merupakan sebuah proses untuk menyesuaikan sistem dan proses organisasi dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan internal maupun eksternal dalam suatu organisasi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh sebuah sumber dari Southeastern Louisiana University yang dikutip dalam www.bnet.com, “Organizational change is an ongoing process in order to bring the organizational systems and processes in line with the factors prevailing in the external and internal environment of the organization”. Secara organisasi, tiap perusahaan harus peka terhadap perubahan eksternal. Karena itu perlu membuat strategi mengatasi atau mengurangi akibat dari tantangan di lingkungan eksternal perusahaan. Perusahaan dapat melakukan restrukturisasi organisasi yang semakin ramping, rekayasa teknologi yang semakin efisien, dan juga reposisi keberdayaan karyawan dalam pengambilan keputusan. Tujuannya agar perusahaan masih bisa bertahan atau eksis dalam jangka waktu panjang.

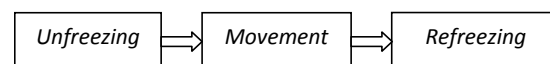
Tantangan lingkungan eksternal merupakan hal yang sangat mempengaruhi *change*. Dalam pengertian secara ekstrim, *organization change* didesain untuk menyelamatkan arus kas yang negatif dan menghindari kebangkrutan maupun “*organization death*”. Ada 6 (enam) tipe dari tekanan lingkungan eksternal

yang mempengaruhi *change* yaitu *Fashion pressures*; *Mandated pressures*; *Geopolitical pressures*; *Market Decline pressures*; dan *Hyper competition pressures* (Palmer, Dunford and Akin, 2009:50)

Selain tantangan eksternal, tantangan internal dalam organisasi juga mempengaruhi terjadinya *change*. Ada 6 (enam) tipe dari tekanan lingkungan internal yang mempengaruhi *change* yaitu *Growth pressures*; *Integration and Collaboration pressures*; *Identity pressures*; *New Broom pressures*; dan *Power and Political pressures* (Palmer, Dunford and Akin, 2009:50).

Menurut Lewin, perubahan terjadi karena munculnya tekanan-tekanan terhadap organisasi, individu, atau kelompok. Disimpulkan bahwa kekuatan tekanan (*driving force*) akan berhadapan dengan penolakan (*resistances*) untuk berubah. Perubahan dapat terjadi dengan memperkuat *driving force* dan melemahkan *resistances to change*.

Pendekatan klasik yang dikemukakan oleh Kurt Lewin mencakup tiga langkah. Pertama : *Unfreezing the status quo*, lalu *Movement to the new state*, dan ketiga *Refreezing the new change to make it permanent*. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Sumber: Cummings and Worley. 2008. *Organization Development and Change*. USA: South-Western Cengage Learning

Gambar 1. Lewin's Planned Change Model

Langkah-langkah pada gambar 1 dapat

diambil untuk mengelola perubahan yaitu seperti yang dijelaskan sebagai berikut :

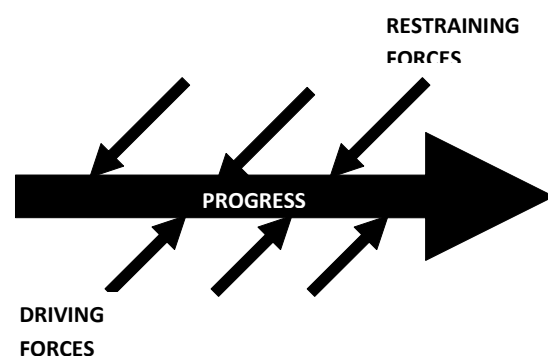
1. *Unfreezing*, merupakan suatu proses penyadaran tentang perlunya, atau adanya kebutuhan untuk berubah. Dilakukan upaya-upaya untuk mengatasi tekanan-tekanan dari kelompok penentang dan pendukung perubahan. Status quo dicairkan, biasanya kondisi yang sekarang berlangsung (status quo) diguncang sehingga orang merasa kurang nyaman.
2. *Moving*, merupakan langkah tindakan, baik memperkuat *driving force* maupun memperlemah *resistances*. Langkah ini juga meliputi intervensi di dalam sistem untuk mengembangkan perilaku baru, nilai-nilai, dan sikap melalui change di dalam struktur organisasi dan proses. Secara bertahap (*step by step*) tapi pasti, perubahan dilakukan. Jumlah penentang perubahan berkurang dan jumlah pendukung bertambah. Untuk mencapainya, hasil-hasil perubahan harus segera dirasakan.
3. *Refreezing*, membawakembali organisasi kepada keseimbangan yang baru (*a new state of equilibrium*). Jika kondisi yang diinginkan telah tercapai, distabilkan melalui aturan-aturan baru, sistem kompensasi baru, dan cara pengelolaan organisasi yang baru lainnya. Jika berhasil maka jumlah penentang akan sangat berkurang, sedangkan jumlah pendukung makin bertambah.

Selama proses perubahan terjadi terdapat kekuatan-kekuatan yang mendukung dan yang menolak. Melalui strategi yang dikemukakan oleh Kurt Lewin, kekuatan pendukung (*driving forces*) akan semakin banyak dan kekuatan penolak (*restraining*

forces) akan semakin sedikit.

Menurut Lewin, perilaku seseorang padasaattertentudipengaruhi oleh intensitas dan valensi (baik kekuatan positif ataupun negatif) dari berbagai daya kekuatan yang berdampak pada individu tersebut. Untuk mendorong perubahan, tidak ada gunanya berkonsentrasi pada pengubahan perilaku individu. Individu secara sendiri-sendiri mendapat tekanan dari kelompok yang menyebabkannya harus beradaptasi. Maka, fokus perubahan mesti dipusatkan pada tataran kelompok dan selayaknya berkonsentrasi untuk mempengaruhi dan mengubah norma, peran, dan nilai kelompok (French dan Bell, 1984).

Mengacu pada pandangan Lewin sebelumnya, Palmer, Dunford dan Akin (2009) juga mengemukakan bahwa *Force-Field Analysis* merupakan model untuk mencari faktor-faktor yang dapat mendukung dan menghambat pelaksanaan *change* dalam suatu organisasi, yaitu seperti yang digambarkan oleh gambar 2:



Sumber: Palmer, Dunford and Akin (source from Burke, 2002).

2009. New York: McGraw Hill

Gambar 2. Force-Field Diagram

Diagnosis for Change

Setelah dibuat rencana perubahan (*planned change*) dilakukan fase selanjutnya yang disebut proses diagnosa. Diagnosa

adalah proses untuk memahami sistem yang berfungsi pada saat ini meliputi pengumpulan informasi tentang operasional yang dijalankan saat ini, analisis data dan membuat saran untuk perubahan yang potensial maupun pengembangannya. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Cummings and Worley (2008:88): "Diagnosis is the process of understanding a systems current functioning. It involves collecting pertinent information about current operations, analyzing those data, and drawing conclusions for potential change and improvement." *Readiness for Change* merupakan variabel perantara antara strategi *change management* dengan hasil atau *outcomes* dari strategi tersebut. Hasil yang diinginkan (*desired outcomes*) biasanya merupakan kesuksesan dari implementasi.

Prechange audit pada kesiapan organisasi dapat memunculkan indikasi hasil yang diinginkan dari *change*. Stewart (1994) dalam buku yang ditulis Palmer, Dunford and Akin (2009:144-146) menjabarkan bahwa terdapat 17 (tujuh belas) kunci elemen dari pendiagnosaan perubahan dengan menggunakan model *Readiness for Change* yaitu:

1. *Sponsorship*, yaitu adanya dukungan dari seseorang yang memiliki kekuatan (*power*) menolong suatu kelompok yang melakukan perubahan untuk menghadapi penolakan (*resistance*).
2. *Leadership*, yaitu sebuah kesuksesan akan dapat tercapai apabila terdapat kepemimpinan yang baik. Seseorang dapat dikatakan memiliki jiwa *leadership* yang baik apabila memiliki sifat "*ownership*" dimana terdapat tanggung jawab secara langsung

terhadap apa yang akan diubah, dan memiliki pemikiran yang bersih terhadap suatu bisnis.

3. *Motivation*, yaitu timbulnya motivasi karyawan karena adanya perhatian dari top level manajemen dan apabila budaya organisasi telah menuju pengembangan yang berkelanjutan (*continuous improvement*).
4. *Direction*, yaitu adanya top level manajemen yang bisa diandalkan dalam mengarahkan seluruh karyawan untuk melakukan suatu tindakan dalam menghadapi tantangan perusahaan di masa depan.
5. *Measurements*, yaitu adanya pengukuran kinerja. Suatu organisasi memiliki ukuran kinerja untuk menentukan seberapa jauh proses perubahan menunjukkan hasil. Pengukuran kinerja akan berpengaruh pada sistem kompensasi dan *reward*.
6. *Organizational context*, yaitu apabila upaya perubahan yang dilakukan dapat menghubungkan permasalahan yang terjadi dalam organisasi dan dapat sesuai (*fit*) dengan tindakan strategi organisasi.
7. *Processes or functions*, yaitu adanya sifat fleksibel atau tidak kaku dalam mendesain ulang proses bisnis. Dalam hal ini dibutuhkan kesanggupan organisasi untuk mengubah beberapa proses yang bersifat *critical* dan mengorbankan kekuasaan (*power*) untuk kepentingan kelompok.
8. *Competitor benchmarking*, yaitu adanya program berkelanjutan yang bertujuan untuk membandingkan kinerja organisasi dengan pesaing agar dapat mengetahui kondisi maupun posisi organisasi di pasar.

9. *Customerfocus*, yaitu apabila organisasi mengetahui siapa pelanggannya, apa kebutuhannya, dan melakukan kontak secara langsung dengan pelanggannya sehingga organisasi dapat melayani atau memperlakukan pelanggan dengan lebih baik.
 10. *Rewards*, yaitu adanya penghargaan yang layak untuk para manajer dan seluruh karyawan ketika mereka mengambil resiko, berinovasi dan mencari solusi baru. Penghargaan pada kelompok lebih baik dibandingkan dengan penghargaan berdasarkan pencapaian individu.
 11. *Organizational Structure*, yaitu apabila struktur organisasi bersifat fleksibel. Perubahan akan sulit terjadi apabila suatu organisasi menerapkan struktur yang kaku yaitu struktur tidak berubah lebih dari 5 (lima) tahun dan apabila suatu organisasi mengalami reorganisasi berkali-kali dengan sedikit kesuksesan.
 12. *Communication*, yaitu adanya komunikasi dua arah (*two-way communication*) yang diterapkan antara organisasi dan karyawan.
 13. *Organizational hierarchy*, yaitu apabila terdapat level hirarki yang lebih pendek dan lebih sedikit karyawan pada tiap level. Hal tersebut untuk mencegah lambatnya proses pengambilan keputusan dan timbulnya sejumlah karyawan yang menggunakan kekuasaan untuk menolak perubahan.
 14. *Prior experience with change*, yaitu apabila organisasi telah berhasil dalam melaksanakan perubahan-perubahan penting di masa lampau.
 15. *Morale*, adanya kenyamanan karyawan dalam bekerja pada suatu organisasi dan tingginya tanggung jawab individu. Tanda-tanda ketidaksiapan dalam berubah apabila semangat kelompok rendah, sedikit *voluntary* dengan upaya lebih, dan ketidakpercayaan.
 16. *Innovation*, yaitu apabila organisasi selalu bereksperimen; ide-ide baru dilaksanakan dengan sedikit upaya; dan karyawan bekerja melewati batas internal tanpa banyak hambatan.
 17. *Decision making*, yaitu apabila keputusan diambil dengan cepat. Ketidaksiapan ditandai dengan lambatnya pengambilan keputusan dan timbul banyak konflik selama proses pengambilan keputusan tersebut.
- Perubahan akan mempengaruhi siapapun baik pihak manajemen ataukah karyawan. *Change* bisa ditanggapi dengan reaksi positif ataukah reaksi negatif (*resistance*) bergantung pada jenis dan derajat perubahan itu sendiri. Untuk mencapai keberhasilan suatu program perubahan maka setiap orang harus siap dan mampu mengubah perilakunya. Hal ini sangat bergantung pada apa yang mempengaruhi perilaku dan apa pula yang mendorong seseorang untuk berubah. (Mangkuprawira, 2009).
- Abram (2006) menjabarkan bahwa ada beberapa tipe psikologi manusia ketika terjadi *change*. Berikut adalah tahapan proses reaksi ketika terjadi *change* yaitu: penolakan (*denial*); marah (*anger*); negosiasi (*bargaining*); depresi (*depression*) dan penerimaan (*acceptance*).

Employee Performance

Pada dunia bisnis yang penuh dengan

persaingan, organisasi memerlukan kinerja yang tinggi. Kinerja karyawan (*employee performance*) memiliki peran penting untuk dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan suatu proses perubahan. Dalam waktu yang bersamaan, para karyawan juga memerlukan *feedback* dari kinerja mereka sebagai panduan perilaku untuk masa yang akan datang.

Sistem penilaian kinerja karyawan membutuhkan pengidentifikasian *performance standards* sebagai pengukuran kinerja, kemudian pemberian *feedback* untuk karyawan maupun divisi Sumber Daya Manusia (SDM). Pengukuran kinerja karyawan harus sesuai atau berhubungan dengan pekerjaannya (*job-related*) agar dapat diperoleh hasil evaluasi kinerja yang akurat sehingga tidak mengganggu hubungan antara manager dan karyawan. Hal tersebut seperti yang dinyatakan Werther and Davis (1996:344): “Appraisal approaches must identify performance-related standards, measure those criteria, and then give feedback to employees and HR department. If performance standards or measures are not job related, the evaluation can lead to inaccurate or biased results, harming the managers’ relationship with their employees and violating equal employment opportunity rulings.”

Performance measurements diukur dari kinerja karyawan. Jika setiap orang di dalam organisasi bekerja untuk mencapai keinginan perusahaan, kinerjanya diukur berdasarkan apa, tergantung dari ukuran kinerja yang ditetapkan organisasi. Penilaian kinerja karyawan menciptakan gambaran yang akurat dari tipe pekerjaan masing-masing individu. Penilaian tidak hanya

dilakukan untuk mengidentifikasi kinerja yang jelek, namun juga mengidentifikasi dan memperkuat kinerja yang baik. Untuk meraih tujuan tersebut sistem penilaian harus *job-related* dan mudah dilaksanakan. *Job-related* merupakan sistem evaluasi perilaku yang membentuk kesuksesan sebuah pekerjaan.

Mengetahui kinerja karyawan (*employee performance*) diperlukan untuk mengevaluasi seberapa jauh karyawan dalam organisasi tanggap terhadap apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan, sesuai dengan perubahan strategi PT. X menjadi *customer and service oriented* yang telah berlangsung hingga saat ini. Pengukuran kinerja karyawan tidak hanya berdasarkan pada layanan yang diberikan kepada pelanggan eksternal yaitu konsumen, namun juga lebih ditekankan pada pelanggan internal organisasi.

Organization Performance

Konsep kinerja (*Performance*) dapat didefinisikan sebagai sebuah pencapaian hasil atau *degree of accomplishment* (Rue dan Byars, 1981 dalam Keban 1995). Hal ini berarti bahwa, kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkatan sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Palmer, Dunford dan Akin (2009) menyatakan bahwa dalam kondisi persaingan ekonomi yang terjadi, suatu organisasi bergantung pada kepuasan pemegang saham. Apabila pemegang saham tidak puas, mereka akan memindahkan modal ke organisasi lain dan mengganti jajaran manajemen dengan orang baru

yang sesuai dengan klasifikasi mereka. Hal tersebut menyebabkan para manajer melakukan perubahan untuk menghasilkan kinerja organisasi yang lebih baik, walaupun perubahan adalah sebuah aktivitas yang beresiko.

Informasi tentang kinerja organisasi dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah proses kerja yang dilakukan organisasi selama ini sudah sejalan dengan tujuan yang diharapkan atau belum. Akan tetapi dalam kenyataannya banyak organisasi yang justru kurang atau bahkan tidak jarang ada yang tidak mempunyai informasi tentang kinerja dalam organisasinya.

Untuk menilai kinerja organisasi diperlukan indikator-indikator atau kriteria-kriteria untuk mengukurnya secara jelas. Tanpa indikator dan kriteria yang jelas tidak akan ada arah yang dapat digunakan untuk menentukan mana yang relatif lebih efektif diantara alternatif alokasi sumber daya yang berbeda; alternatif desain organisasi yang berbeda; dan diantara pilihan-pilihan pendistribusian tugas dan wewenang yang berbeda (Bryson, 2002). Permasalahannya adalah kriteria apa yang digunakan untuk menilai organisasi.

Perubahan orientasi PT. X ke *customer and service oriented* untuk mencapai keunggulan kompetitif akan terjadi apabila terdapat pandangan pelanggan bahwa mereka memperoleh nilai tertentu dari transaksi ekonomi dengan perusahaan tersebut. Untuk itu syaratnya adalah semua karyawan perusahaan harus fokus pada kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kinerja PT.X terkait dengan perubahan orientasi menjadi *customer and service oriented* dapat dilihat dari pencapaian

sasaran mutu yang telah ditetapkan yaitu: meminimalkan *claim* sebesar maksimal 2% dari jumlah pengiriman produk ke konsumen dan mengupayakan *customer satisfaction index* minimal 90%.

Pengembangan Teoritis

Untuk melakukan suatu perubahan (*change*), alat diagnosa penting untuk membangun pengetahuan dasar dan rasa percaya diri tentang apa saja yang dibutuhkan untuk melakukan *change* dengan menggunakan model yang menghubungkan variabel-variabel dan titik inti yaitu dimana *change* dibutuhkan dan kapan sesuatu tidak berjalan dengan baik. Model yang digunakan diharapkan dapat mencapai hasil yang diinginkan dengan membuat intervensi-intervensi perubahan.

Dalam penelitian ini, diperlukan variabel perantara antara *change* dengan strategi manajemen dan hasil (*outcomes*) dari strategi yang telah ditetapkan. Maka itu, dilakukan diagnosa perubahan terhadap para pelaku organisasi terhadap perubahan yang terjadi dengan menggunakan 17 (tujuh belas) elemen kunci elemen. Selanjutnya setelah dilakukan diagnosa, akan dapat diketahui perubahan yang telah berlangsung hingga saat ini sekaligus reaksi atau respon dari pelaku organisasi sehingga dapat dicari faktor-faktor yang dapat mendukung dan menghambat pelaksanaan *change* dalam suatu organisasi maupun seberapa besar GAP yang terjadi. Semakin baik reaksi dari pelaku organisasi maka akan berdampak positif pada kinerja karyawan (*employee performance*) dan juga kinerja dari organisasi (*organization performance*) tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena menawarkan tingkat keluwesan yang tinggi. Selain itu metode kualitatif menawarkan kebebasan untuk mendapatkan informasi dari tangan pertama (*first hand informan*).

Menurut Yin (1994) suatu penelitian studi kasus dapat dibedakan dalam tiga tipe yaitu studi-studi kasus Explanatoris, Eksploratoris dan Deskriptif. Perbedaan pada ketiga tipe ini sangat jelas. Untuk studi kasus eksploratoris, lebih menggali sesuatu yang belum ada atau mencoba menemukan sesuatu, pada studi kasus eksplanatoris menjelaskan fenomena apa yang terjadi, dan pada studi kasus deskriptif lebih pada menggambarkan fenomena yang ada. Proses *change* dalam *organizational change* dalam penelitian ini sangat cocok untuk menggunakan tipe *eksplanatory* (eksplanatoris).

Pada penelitian ini hanya melakukan *single case study*, hanya satu kasus saja yang dibahas pada penelitian ini, penelitian ini merupakan *critical test* bagi teori *organizational change*. Penelitian ini akan melihat sejauh mana perubahan yang telah dilakukan PT. X hingga saat ini, pemikiran ini yang mendasari dilakukannya penelitian dengan *single case study*.

Sumber data

Pada penelitian *case study* ada enam sumber bukti yang dapat dijadikan fokus bagi pengumpulan data yaitu: dokumen, rekaman arsip, wawancara, observasi langsung, observasi *participant* dan perangkat fisik. Dalam menggunakan

keenam sumber ini diperlukan ketrampilan dan prosedur metodologis yang berbeda-beda.

Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah *key informan* (informan kunci) yaitu orang-orang yang sangat memahami organisasi dan memiliki kepentingan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian *case study* ini, dilakukan *interview* dengan beberapa 8 (delapan) *key informan* yang memiliki masa kerja lebih dari 10 tahun karena dianggap telah memahami organisasi dengan baik yaitu:

1. Direktur Utama.
2. Kepala Biro Umum dan Sumber Daya Manusia.
3. Kepala Divisi Pemasaran.
4. Karyawan tetap (3 orang) dari berbagai lapisan yaitu Kepala Bagian Pemasaran mewakili *first line level management*, Kepala Seksi Administrasi dan Umum, dan Kepala Seksi Pelatihan SDM sekaligus menjabat sebagai Sekertaris Serikat Pekerja yang mewakili *low level*.
5. Pelanggan (2 orang) yang meliputi pelanggan garam bahan baku dan pelanggan garam olahan

Teknik Analisis

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa *case study* ini merujuk pada *explanatory study*, maka teknik analisisnya juga lebih mengarah pada *explanatory*, yang mana akan banyak dilakukan analisis dan penjelasan serta pemaparan dari data yang didapatkan selama penelitian ini dilakukan, berikut ini adalah garis besar teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Menganalisis setiap data yang relevan, yaitu proses *change* menuju *customer and service oriented* yang berlangsung hingga saat ini sesuai dengan konsep pendidiagnosaan *organizational change* menurut Stewart yang merujuk pada tujuh belas kunci elemen, yaitu: *sponsorship, leadership, motivation, direction, measurement, organizational context, processes or function, competitor benchmarking, customer focus, rewards, organizational structure, communication, organizational hierarchy, prior experience with change, morale, innovation, dan decision making*, serta reaksi dari pelaku organisasi terhadap *change*.
2. Menganalisis sejauh mana respon dari pelaku organisasi terhadap proses *change* menuju *customer and service oriented* yang berlangsung hingga saat ini dipengaruhi oleh *sponsorship, leadership, motivation, direction, measurement, organizational context, processes or function, competitor benchmarking, customer focus, rewards, organizational structure, communication, organizational hierarchy, prior experience with change, morale, innovation, dan decision making*. Dan akhirnya menganalisis implikasi penerapan proses *change* terhadap kinerja karyawan dan kinerja organisasi.
3. Melakukan proses *pattern-matching*. Untuk membandingkan cara pikir secara empiris dan logis yang didasarkan pada suatu pola tertentu yang didasarkan pada suatu atau beberapa prediksi tertentu dengan apa yang ditemukan selama melakukan penelitian.
4. Melakukan *chain of evidence*, dengan menganalisis keterkaitan diantara data yang dikumpulkan dalam penelitian *case study* ini.
5. Melakukan cek ulang (*cross check*) antara persepsi pimpinan dengan persepsi karyawan. Perbedaan perspektif dari setiap sudut pandang mengenai proses *change* dapat diketahui dari sudut pandang pimpinan dan karyawan sehingga akhirnya bisa didapatkan solusi terbaik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian *case study* ini, menggunakan strategi analisis *pattern-matching*, yaitu dengan membandingkan logika berpikir secara empiris yang didasarkan pada suatu pola tertentu dan yang didasarkan pada suatu ataupun beberapa prediksi tertentu. Jika ada kesamaan antara yang diprediksikan dengan yang terjadi, maka hal ini akan memperkuat *internal validity* dari penelitian ini. Dalam penelitian *case study*, yang merupakan penelitian *explanatory, pattern-matching* berhubungan dengan 2 proposisi yaitu:

1. Proses *change* menuju *customer and service oriented* akan berjalan dengan lebih mudah dan lancar apabila memenuhi standar dalam 17 (tujuh belas) kunci elemen *Readiness for Change Model by Stewart* sebagai berikut:
 - a. *Sponsorship* atau dukungan yang datang dari level top level manajemen.
 - a. *Leadership* yang kuat dalam mempertanggungjawabkan perubahan maupun memiliki pemikiran yang bersih terhadap bisnis.
 - b. *Motivation* yang tinggi dari karyawan

- dalam organisasi.
- c. *Direction* oleh top level manajemen yang bisa diandalkan.
 - d. *Measurements* kinerja untuk menentukan seberapa jauh proses perubahan menunjukkan hasil.
 - e. *Organizational context* yang meliputi upaya perubahan dapat sesuai (*fit*) dengan tindakan strategi organisasi.
 - f. *Processes* atau *functions* yang fleksibel atau tidak kaku dalam mendesain ulang proses bisnis.
 - g. *Competitor benchmarking* untuk membandingkan kinerja organisasi dengan pesaing agar dapat mengetahui kondisi maupun posisi organisasi di pasar.
 - h. *Customer focus* sehingga organisasi dapat melayani atau memperlakukan pelanggan dengan lebih baik.
 - i. *Rewards* yang layak pada para manajer dan seluruh karyawan ketika mereka mengambil resiko, berinovasi dan mencari solusi baru.
 - j. *Organizational structure* yang bersifat fleksibel.
 - k. *Communication* dua arah yang diterapkan antara organisasi dan karyawan.
 - l. *Organizational hierarchy* yang lebih pendek dan lebih sedikit karyawan pada tiap level.
 - m. *Prior experience with change* yaitu apabila organisasi telah berhasil dalam melaksanakan perubahan-perubahan penting di masa lampau.
 - n. *Morale* karyawan yang tinggi.
 - o. *Innovation* yang terus menerus
 - p. *Decision making* yang diambil dengan cepat.
2. Penerapan proses change menuju *customer and service oriented* tersebut

berimplikasi pada meningkatnya *employee performance* sehingga *organization performance* semakin meningkat.

Data yang diperoleh selama penelitian akan dianalisis, apakah sesuai dengan pola yang diprediksikan terlebih dahulu yang tercantum dalam proposisi penelitian ini, dan apabila terjadi kesesuaian hasil temuan yang didapatkan, maka simpulan yang diambil dalam *case study* ini akan *valid*.

Pembahasan *sponsorship* berkaitan dengan proposisi 1

Karyawan pada *middle level management* yaitu Kepala Biro dan Divisi menyadari bahwa perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan perlu dilakukan karena perusahaan bergantung pada pelanggan sehingga *customer oriented* lebih menguntungkan perusahaan. Terdapat dukungan yang besar dari pimpinan terhadap perubahan orientasi pelanggan dan layanan. Pimpinan memberikan dukungan melalui inovasi yang terus menerus dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan yang tidak dimiliki oleh pesaing sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan contohnya inovasi dalam pengembangan anak perusahaan untuk garam olahan, pencucian garam, penghalusan garam (*non-drying crushing*) dan pengeringan garam halus (*drying crushing*) untuk industri pangan dengan harga yang kompetitif. Tingkat persaingan yang tinggi membuat PT. X mulai berorientasi pada pasar.

Karyawan yang berada pada level *first line management* yaitu Kepala Bagian merasakan bahwa kebijakan pimpinan sebagai upaya untuk mendukung perubahan

orientasi terhadap pelanggan dan layanan dapat menguntungkan perusahaan.

Dukungan pimpinan juga melalui inovasi seperti perbaikan kualitas melalui proses pencucian garam, pembenahan pola pengarungan di ladang, pola pungut garam dan peluncuran garam pencegah hipertensi. Karyawan yang menjabat sebagai Kepala Seksi juga merasakan dukungan yang besar dari pimpinan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan. Secara keseluruhan, karyawan PT. X setuju dengan adanya perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan karena kepuasan pelanggan dianggap lebih menguntungkan perusahaan. Pimpinan juga memberikan dukungan yang besar untuk melakukan perubahan sehingga hasil yang didapatkan dari perubahan yang terjadi dapat maksimal.

Pembahasan *leadership* berkaitan dengan proposisi 1

Pimpinan PT. X cenderung memiliki gaya kepemimpinan yang partisipatif atau biasa disebut demokratis. Gaya ini melibatkan pemimpin termasuk satu atau lebih karyawan dalam proses pengambilan keputusan untuk menentukan apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya. Namun, pemimpin mempertahankan otoritas pengambilan keputusan akhir.

Pimpinan PT. X merupakan sosok pimpinan yang mampu menangani konflik, pintar dalam menyikapi suatu permasalahan dan membuat suatu solusi, berani mengambil resiko, baik dan perhatian ke karyawan secara pribadi maupun untuk kepentingan perusahaan, melakukan sosialisasi secara terus menerus dan menekankan

pada *teamwork* untuk mencapai tujuan perusahaan. Pimpinan juga sering melakukan gebrakan melalui inovasi lalu turun ke lapangan untuk mengontrol inovasi yang dilakukan. Pimpinan PT. X merupakan pimpinan yang tidak anti pada resistensi, pimpinan sering meminta pendapat yang bertentangan sehingga dapat menampung semua pendapat karyawan.

Pembahasan *motivation* berkaitan dengan proposisi 1

Secara umum kebijakan pimpinan terhadap perubahan orientasi pada pelanggan dan layanan yang berlangsung hingga saat ini memberikan motivasi terhadap karyawan. Karyawan optimis akan kemajuan perusahaan sehingga responden ingin berbuat yang terbaik bagi perusahaan.

Kepala Biro Umum dan SDM yang sehari-harinya memperhatikan perilaku karyawan mengungkapkan bahwa motivasi karyawan di PT. X meningkat karena tuntutan target namun peningkatannya tidak terlalu signifikan karena mayoritas usia karyawan di PT. X rata-rata 45 tahun ke atas menyebabkan motivasi tidak terlalu tinggi sehingga faktor usia karyawan juga berimplikasi pada motivasi yang dimiliki.

Karyawan pada level *middle management* dan *first line management* merasa tertantang dengan adanya perubahan yang terjadi. Misalnya, Kepala Divisi Pemasaran yang merasa semakin pintar karena dituntut untuk selalu berpikir strategi misalnya bagaimana perubahan sistem pembayaran, sistem pengalokasian stok garam dan sistem penyerahan garam yang menguntungkan perusahaan. Di divisi Pemasaran dituntut untuk mencapai target penjualan sehingga

karyawan bersemangat untuk mencapai target. Namun karyawan dengan jabatan Kepala Seksi di divisi pemasaran bagian administrasi dan umum mengaku senang dan nyaman dengan pekerjaannya namun motivasi biasa saja.

Pembahasan *direction* berkaitan dengan proposisi 1

Karyawan mengungkapkan bahwa pimpinan dapat memberikan arahan yang jelas, mudah dimengerti dan tegas. Pimpinan juga selalu menginginkan proses yang cepat sehingga bagus dalam memberikan layanan pada pelanggan namun di sisi lain, kelemahan proses yang cepat dengan penyederhanaan prosedur sering melewati administrasi sehingga kurang sesuai dengan prosedur yang telah diatur oleh ISO.

Pembahasan *measurement* berkaitan dengan proposisi 1

Pengukuran kinerja diperlukan untuk menentukan seberapa jauh proses perubahan yang dilakukan perusahaan menunjukkan hasil. Kinerja PT. X dilihat dari produktivitas secara keseluruhan meliputi produktivitas dari sisi karyawan, produksi, pemasaran dan keuangan. Pengukuran kinerja perusahaan yang sesuai dengan orientasi pelanggan dan layanan dapat dilihat dari tingkat keluhan dan tingkat kepuasan pelanggan per tahun. Ada juga penilaian prestasi kerja untuk pengukuran kinerja karyawan.

Pembahasan *organizational context* berkaitan dengan proposisi 1

Secara umum, upaya perubahan yang berlangsung hingga saat ini dapat sesuai dengan orientasi strategi perusahaan

terhadap pengembangan layanan. Upaya yang dilakukan seperti misalnya pengelompokan kualitas garam bahan baku untuk industri yang menyesuaikan kebutuhan konsumen, pengembangan garam olahan sesuai tren permintaan pasar agar dapat mendorong omset, sistem penyerahan garam dan sistem pembayaran yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dalam melayani permintaan pelanggan. Setelah dilakukan upaya tersebut, tingkat keluhan pelanggan menurun dan tingkat kepuasan pelanggan meningkat. Penjualan juga mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Pembahasan *process or functions* berkaitan dengan proposisi 1

Proses bisnis di PT. X didesain ulang menjadi lebih sempurna dan sederhana karena mengutamakan kecepatan pelayanan pada pelanggan. Karyawan di divisi pemasaran menjelaskan bahwa ada beberapa sistem yang perlu disempurnakan misalnya sistem penyerahan garam dan sistem pembayaran.

Pimpinan memberikan kepercayaan otoritas dan wewenang terhadap divisi pemasaran untuk menetapkan harga agar dapat cepat memberikan keputusan pada pelanggan. Pimpinan tidak ingin penetapan segala keputusan bergantung pada pimpinan karena akan menghambat kecepatan pemberian keputusan pada pelanggan. Hal tersebut berkaitan dengan gaya kepemimpinan pimpinan PT. X yang partisipatif.

Kelemahan yang timbul dari proses yang serba cepat adalah penyederhanaan administrasi yang kurang bagus sehingga kurang memenuhi standar ISO. Segala proses yang ada di dalam PT. X telah terstandarisasi ISO sehingga perusahaan

harus dapat cepat namun tetap sesuai dengan standar yang telah diatur dalam ISO

Pembahasan *competitor benchmarking* berkaitan dengan proposisi 1

PT. X telah melakukan survey pesaing tiap tahun sebagai upaya perubahan terhadap orientasi terhadap pelanggan dan layanan. Survey pesaing yang dilakukan juga meliputi harga pesaing sampai ke toko dan harga jual ke konsumen. Selain itu untuk memudahkan survey pesaing, tiap tahun sekali masing-masing wilayah pemasaran di seluruh Indonesia melaporkan analisis pesaing agar divisi pemasaran bisa melakukan strategi penjualan untuk masing-masing wilayah. Dengan melakukan survey pesaing, PT. X dapat menentukan strategi yang dilakukan untuk menghadapi pesaing.

Pembahasan *customer focus* berkaitan dengan proposisi 1

PT. X melayani pelanggan melalui kecepatan dalam merespon permintaan pelanggan dan menanggapi komplain pelanggan. Sertifikat ISO yang didapatkan PT. X telah mengatur tentang respon komplain minimal 8 jam agar tercipta kepuasan pelanggan. PT. X membuka diri untuk menerima komplain karena dengan adanya komplain dari pelanggan, pelayanan perusahaan bisa menjadi lebih baik.

Pimpinan telah mengembangkan teknologi untuk memudahkan perusahaan dalam melayani pelanggan, telah dikembangkan ERS (*Enterprise Resource System*) yang memudahkan administrasi memonitor penjualan konsumen. Kepuasan pelanggan tidak hanya untuk pelanggan internal, namun juga untuk pelanggan internal.

Untuk memudahkan pelayanan antar karyawan, ERS sangat membantu dalam pencocokan data penjualan antara divisi pemasaran dan divisi keuangan sehingga komunikasi dapat terjalin dengan mudah dan tidak perlu proses pencocokan yang rumit.

PT. X juga melakukan strategi koordinasi ke wilayah pemasaran di Indonesia karena masing-masing wilayah memiliki karakteristik kebutuhan masing-masing. Masing-masing wilayah pemasaran menginventarisir kebutuhan untuk wilayahnya sehingga dapat membantu perusahaan dalam menyiapkan strategi pelayanan terhadap pelanggan.

Menurut pelanggan, PT. X saat ini lebih cepat merespon pesanan garam dan komplain. Kemampuan dan keahlian pemasar di PT. X dalam melayani responden baik, menguasai *product knowledge* dan komunikasi yang bagus. Masih ada komplain pelanggan tentang kekurangan penerimaan garam dan harga untuk garam konsumsi belum dapat bersaing sehingga PT. X perlu mengevaluasi hambatan untuk dapat memperbaiki masalah tersebut.

Pembahasan *rewards* berkaitan dengan proposisi 1

PT. X tidak memberikan *rewards* berupa bonus secara individu, namun bonus diberikan tiap tahun sekali pada seluruh karyawan apabila penjualan dan produksi mencapai target. Kepala Divisi Pemasaran mengharapkan adanya *rewards and punishment* sehingga dapat memberi motivasi pada semua divisi yang dapat mencapai target.

Pimpinan PT. X saat ini tidak memberikan bonus sebesar bonus yang diberikan pimpinan sebelumnya. Dulu *rewards*

berupa bonus bisa diberikan dua kali dalam setahun sehingga pemberian bonus saat ini menurun dibanding sebelumnya namun saat ini terjadi kenaikan gaji sehingga karyawan tidak terlalu mempermasalahkan bonus yang menurun.

Kepala Biro Umum dan SDM menyatakan bahwa karyawan yang berprestasi berpeluang mendapatkan *rewards*, namun bukan dalam bentuk bonus melainkan dalam bentuk kenaikan jabatan. Pimpinan yang akan memutuskan apakah karyawan yang berprestasi tersebut layak untuk dinaikkan jabatannya.

Pembahasan *organizational structure* berkaitan dengan

Struktur organisasi di PT. X bersifat fleksibel menyesuaikan perubahan yang terjadi dalam perusahaan. Struktur organisasi di PT. X sering mengalami restrukturisasi, dan juga sering terjadi mutasi maupun promosi.

Struktur PT. X bersifat fungsional dimana pengelompokan tanggung jawab secara fungsional akan memiliki personil dengan keahlian beragam, tetapi keterampilan itu dikelompokkan pada kesamaan mereka. Orang-orang yang memiliki keterampilan yang identik dapat dikelompokkan dengan mudah dan mereka dapat ditempatkan di unit-unit terpisah. Misalnya divisi SDM yang menangani perekrutan dan pelatihan; divisi keuangan menangani kegiatan keuangan; divisi pemasaran memasarkan produk dengan tujuan jangka panjang untuk tetap kompetitif di pasar dan mempromosikan produk jadi di pasar.

Di PT. X struktur organisasi berjalan tanpa diadakan rekrutmen sejak tahun 1990 sehingga dalam perusahaan tidak terdapat

kaderisasi. Setelah terjadinya perubahan orientasi pada pelanggan dan layanan, pada akhir tahun 2007 diadakan rekrutmen besar-besaran disusul rekrutmen pada awal 2009 dengan harapan rekrutmen tersebut dapat menghasilkan tenaga kerja profesional yang nantinya bisa bermanfaat bagi perusahaan.

Pembahasan *communication* berkaitan dengan proposisi 1

PT. X selalu melakukan dialogis secara rutin maksimal 3 bulan sekali antara pimpinan dan karyawan. Dialogis tersebut merupakan forum bagi pimpinan untuk menyampaikan informasi pada karyawan dan mendengarkan pendapat para karyawan. Karyawan dapat menyampaikan pertanyaan dan ide-ide pada pimpinan sehingga komunikasi antara pimpinan dan karyawan sangat terbuka. Komunikasi sering disampaikan langsung tidak melalui tulisan sehingga cepat penyampaiannya.

Pembahasan *organizational hierarchy* berkaitan dengan proposisi 1

PT. X memiliki hirarki yang pendek dimana jarak antara pimpinan dan karyawan tidak terlalu jauh. Pimpinan menyukai kecepatan dan tidak menyukai prosedur yang rumit.

Pembahasan *prior experience with change* berkaitan dengan proposisi 1

Perusahaan yang telah berhasil melakukan perubahan penting di masa lampau dapat membuat proses *change* lebih mudah karena dapat belajar dari pengalaman. Perubahan penting yang pernah dilakukan PT. X di masa lampau yaitu perampingan karyawan secara besar-besaran sehingga mengurangi beban perusahaan. Jumlah

karyawan yang sangat besar di masa lampau yaitu sebesar 1200 karyawan membebani perusahaan pada waktu itu sehingga terjadi pengurangan karyawan hingga 500 karyawan. Saat ini PT. X lebih banyak mempekerjakan karyawan *non-organik* untuk mengurangi *fixed cost* perusahaan.

Pembahasan morale berkaitan dengan proposisi 1

Karyawan di PT. X secara umum merasakan kenyamanan bekerja. Hal tersebut ditandai dengan rendahnya *turnover* di perusahaan. Karyawan pada level *middle management* dan *first line management* merasa memiliki tanggung jawab besar karena besarnya tuntutan perusahaan setelah dilakukan perubahan terhadap orientasi dan layanan sehingga merasa tertantang. Secara keseluruhan karyawan merasa optimis bahwa PT. X akan semakin maju di masa depan sejak adanya perubahan.

Pembahasan *innovation* berkaitan dengan proposisi 1

Responden mendukung perubahan dengan melakukan inovasi yang berdasarkan *Customer Business Approach* (CBA) sebelum proses produksi. PT. X selalu melakukan inovasi secara terus menerus untuk kemajuan perusahaan. Perubahan lingkungan eksternal dengan turbulensi yang cepat menuntut PT. X harus selalu berinovasi.

Pimpinan merupakan sosok yang pintar dan kreatif dalam mengembangkan pemikiran kemudian dituangkan dalam suatu inovasi. Inovasi yang dilakukan PT. X misalnya inovasi dalam pengembangan mesin produksi dengan harapan peningkatan kualitas, inovasi

dalam pengembangan mesin pencucian dan *crusher* untuk memenuhi permintaan pelanggan atas garam olahan yang semakin meningkat, inovasi dalam intensifikasi dan ekstensifikasi lahan untuk meningkatkan kuantitas produksi. Dalam melakukan inovasi, pimpinan melakukan kontrol yang baik dalam implementasinya kemudian mengevaluasi hasil dari inovasi yang telah dilakukan.

Pembahasan *decision making* berkaitan dengan proposisi 1

Pengambilan keputusan oleh pimpinan PT. X lebih cepat dibandingkan sebelum terjadi perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan. Sebelum adanya perubahan, jarak antara pimpinan dan karyawan jauh sehingga harus melewati banyak prosedur sehingga menyebabkan pengambilan keputusan lambat.

Pengambilan keputusan di PT. X bersifat desentralisasi, namun untuk hal tertentu. Saat ini kewenangan pimpinan sudah banyak diturunkan ke divisi sehingga pimpinan telah mempercayakan otoritasnya pada *middle manager* untuk beberapa hal tertentu.

Pengambilan keputusan yang cepat oleh pimpinan juga dirasakan oleh karyawan level *first line management*. Apabila ada permasalahan yang penting, pimpinan dapat langsung menghubungi karyawan untuk menyampaikan keputusannya. Sedangkan karyawan yang menjabat sebagai Kepala Seksi merasakan pengambilan keputusan yang cepat oleh pimpinan, namun dominan dalam mengambil keputusan.

Pembahasan proses *change* yang berkaitan dengan proposisi 2

Penerapan proses *change* di PT. X yang ditunjukkan dalam tujuh belas kunci elemen pendiagnosaan perubahan berimplikasi pada meningkatnya kinerja karyawan. Upaya-upaya perubahan yang dilakukan perusahaan menuntut karyawan untuk pintar dan kreatif dalam berpikir strategi maupun bertanggung jawab penuh terhadap tugas-tugas yang diberikan. Adanya rekrutmen karyawan yang dilakukan perusahaan di

prestasi kerja karyawan meliputi absensi, kedisiplinan, tanggung jawab, mutu kerja, volume kerja, kepatuhan, ketekunan, kecekatan kerja atau ketrampilan, inisiatif atau kreatifitas, kejujuran, hubungan kerjasama dan kepemimpinan (sumber: data internal perusahaan). Apabila karyawan mendapatkan nilai 800 untuk dua kali penilaian berturut-turut, maka karyawan memenuhi syarat untuk dipromosikan ataupun dinaikkan jabatannya.

Tabel 1. Analisis Komplain Pelanggan PT. X Tahun 2007 - 2011

No	Complain Rate		2007	2008	2009	2010	2011
1	Rata-rata komplain max 2%	Penjualan (ton)	125,000	154,000	215,000	224,000	289,000
		Komplain (ton)	7	8	0.5	2.575	0
		Persentase	0.01%	0.01%	0.0002%	0.001%	-
2	Respon komplain maksimal 8 jam	Target (rata-rata)	8	8	8	8	8
		Real (rata-rata)	2	0.96	0.75	0.75	0
		Persentase	400%	833%	1067%	1067%	-
3	Pemenuhan respon komplain minimal 95%	Jml Komplain	7	8	7	2.575	0
		Resp Komplain	7	10.65	9	2.575	0
		Rata-rata	100%	133%	129%	100%	-
4	Penyelesaian komplain maksimal 15 hari kerja	Target	15	15	15	15	15
		Realisasi	5	7	3	5	0
		Persentase	300%	214%	500%	300%	-
5	Pemenuhan target penyelesaian komplain minimal 95%	Jml. Kompln	7	8	0.5	2	0
		Penyelesaian	7	8	0.5	2	0
		Persentase	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: Data Internal Perusahaan

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. X Tahun 2007 -2011

Tahun	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Indeks Kepuasan Pelanggan	79%	92%	82%	105%	95%	94%	94%

Sumber: Data Internal Perusahaan

akhir tahun 2007, 2009, 2011 dan 2012 menghasilkan kreatifitas dan pemikiran-pemikiran yang *fresh* dan objektif.

Penilaian prestasi kerja merupakan salah satu pendukung dalam penilaian kinerja karyawan. Dalam rangka pembinaan dan pengembangan karyawan, setiap 6 bulan sekali dilaksanakan evaluasi prestasi kerja yang telah ditetapkan perusahaan. Faktor-faktor yang terdapat dalam penilaian

Kinerja karyawan di PT. X menurut karyawan secara umum meningkat dilihat dari perilaku yaitu motivasi, tanggung jawab dan kreativitas terhadap tantangan yang diberikan pimpinan seiring dengan perubahan yang dilakukan. Pemberian bonus yang menurun setelah kepemimpinan pimpinan saat ini tidak menjadi masalah bagi karyawan karena di lain sisi terdapat kenaikan gaji.

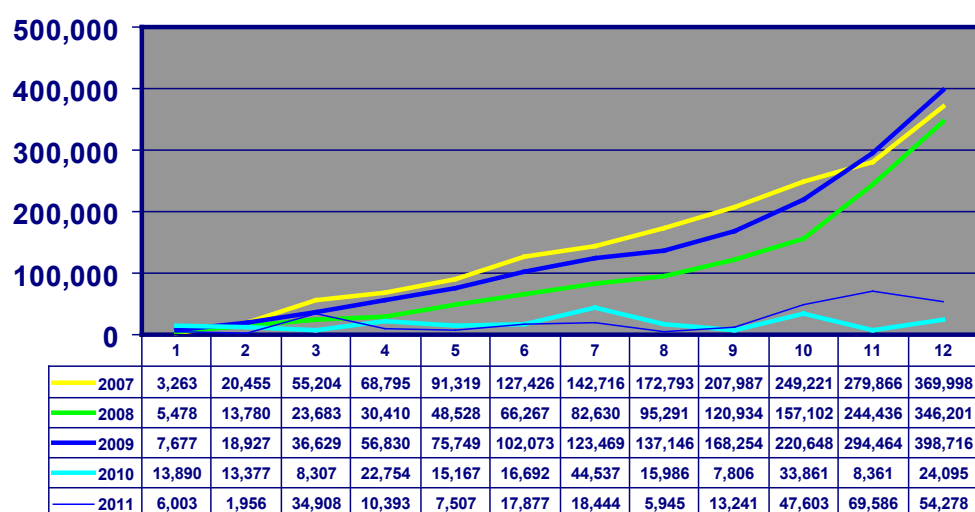
Penilaian prestasi kerja di PT. X hanyalah sebagai alat ukur dan bersifat normatif. Divisi SDM akan mengusulkan karyawan yang berprestasi pada pimpinan, selanjutnya pimpinan yang memutuskan apakah karyawan tersebut layak mendapatkan promosi atau kenaikan jabatan. Dapat disimpulkan bahwa selain penilaian prestasi kerja intuisi bisnis pimpinan merupakan faktor utama dalam penilaian kinerja.

Pimpinan dan karyawan menyadari pentingnya penyempurnaan terhadap penilaian kinerja karyawan agar sistem berjalan lebih baik. Faktor-faktor dalam penilaian prestasi kerja karyawan perlu diperbarui menjadi lebih objektif. Pimpinan juga menyadari bahwa terdapat kelemahan di PT. X yaitu belum adanya *career planning* untuk karyawan.

Penerapan proses *change* di PT. X yang dijabarkan dalam tujuh belas kunci elemen pendiagnosaan perubahan juga berimplikasi pada meningkatnya kinerja perusahaan. Pimpinan dan karyawan memiliki persepsi

positif yang sama bahwa perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan berimplikasi pada peningkatan kinerja perusahaan. PT. X telah menerapkan sistem Manajemen Mutu Garam sebagai landasan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan yang mengacu pada strategi *customer and service oriented* yang dimiliki. Upaya perubahan yang dilakukan perusahaan mampu meminimalisasi tingkat komplain dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pernyataan pimpinan dan karyawan tentang meningkatnya kinerja perusahaan terkait *customer and service oriented* didukung oleh bukti kuat dari data internal perusahaan. Tabel 1 menunjukkan bahwa komplain pelanggan semakin berkurang dari tahun ke tahun dan tidak melebihi batas maksimal komplain sebesar 2%, bahkan di tahun 2011 tidak ada komplain sama sekali sehingga perusahaan telah berhasil dalam fokus pelayanan terhadap pelanggan. Data internal perusahaan yang ditunjukkan dalam tabel 2 mengenai tingkat kepuasan

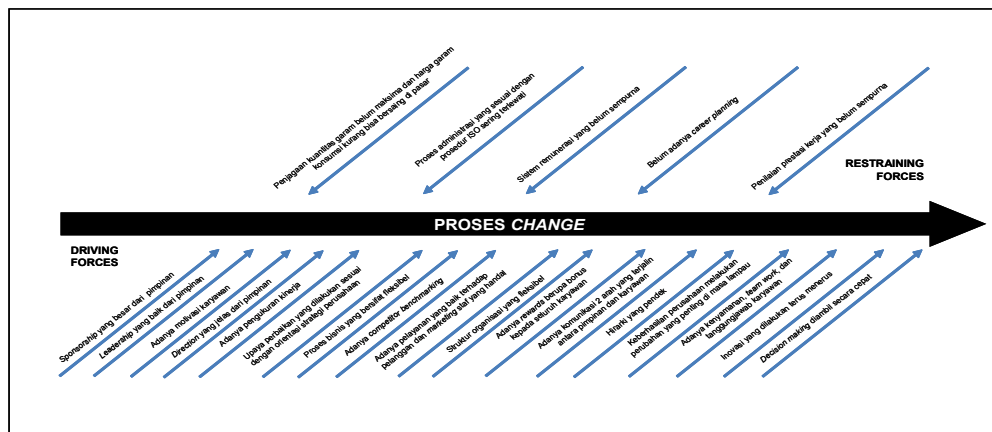


Sumber: Hasil olah data

Gambar 3. Sales Performance PT. X Tahun 2007 - 2011 Berdasarkan Volume (Ton)

pelanggan di tahun 2011 sebesar 94% yang telah melebihi indeks kepuasan pelanggan sebesar 90%. Berdasarkan data tersebut, perusahaan berhasil mencapai target sasaran mutu. Selain itu terdapat data pertumbuhan penjualan selama 5 tahun terakhir untuk memperkuat bukti bahwa terjadi peningkatan kinerja perusahaan setelah melakukan berbagai upaya perubahan ke *customer and service oriented* (gambar 3).

Sesuai dengan teori Palmer, Dunford dan Akin (2009), diambil kesimpulan dari pembahasan proses *change* di bab ini melalui *Force-Field Analysis* yang merupakan model untuk mencari faktor-faktor yang dapat mendukung dan menghambat pelaksanaan *change* dalam suatu organisasi. Banyak faktor-faktor pendukung proses *change* yang dijalankan di PT. X saat ini sehingga menimbulkan implikasi positif



Sumber: Hasil olah data

Gambar 4. Faktor Pendukung dan Penghambat Proses Change di PT. X

Kesimpulan yang dapat diambil adalah terdapat usaha yang nyata dalam ketujuh belas kunci elemen dalam pendiagnosaan proses *change* tersebut yang diimplementasikan ke dalam organisasi sehingga membawa implikasi terhadap meningkatnya kinerja organisasi dan kinerja perusahaan yang diukur dari tingkat kepuasan dan tingkat komplain pelanggan sesuai dengan misi PT. X. Proses *Change* bukan sekedar suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan melainkan sudah merupakan sebuah kebutuhan dari perusahaan karena kondisi lingkungan eksternal yang berubah seperti persaingan di industri garam semakin tajam dan perkembangan teknologi semakin pesat.

terhadap peningkatan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan yang diukur dari meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan dan menurunnya tingkat komplain pelanggan serta pertumbuhan penjualan hingga tahun 2011. Gambar 4 menunjukkan faktor-faktor pendukung perubahan dalam perusahaan dan faktor-faktor yang dapat menghambat pelaksanaan proses *change* ke depannya berdasarkan temuan yang didapat selama proses wawancara dengan responden, observasi serta analisis data internal perusahaan.

PENUTUP / SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai *organizational change* pada

PT. X, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses *change* secara riil telah berlangsung di PT. X. Proses *change* dalam perusahaan dapat dilakukan dengan mudah dan lancar karena adanya faktor pendukung (*driving forces*) dari 17 (tujuh belas) kunci elemen *change* yaitu adanya dukungan atau *sponsorship* yang besar dari pimpinan; gaya *leadership* pimpinan yang baik, adanya *motivation* dari karyawan dalam perusahaan untuk melakukan perubahan; *direction* atau arahan yang jelas dari pimpinan; *adanya measurement* atau pengukuran kinerja, adanya *organizational context* yaitu upaya perbaikan yang dilakukan perusahaan yang sesuai dengan orientasi strategi; *processes or function* yang bersifat fleksibel; adanya *competitor benchmarking*; adanya *customer focus* berupa pelayanan yang baik terhadap pelanggan didukung dengan *marketing* staf perusahaan yang handal; adanya *rewards* berupa bonus kepada seluruh karyawan apabila perusahaan mencapai target penjualan dan produksi; *organizational structure* yang fleksibel; *communication* dua arah yang terjalin antara pimpinan dan karyawan; *organizational hierarchy* yang pendek; keberhasilan perusahaan melakukan perubahan yang penting di masa lampau (*prior experience with change*); adanya *morale* yang ditunjukkan dengan kenyamanan, *team work* dan tanggung jawab karyawan; *innovation* yang dilakukan terus menerus; dan *decision making* yang diambil dengan cepat.
2. Banyaknya faktor pendukung (*driving forces*) yang tercermin dalam 17 (tujuh belas) membuat proses *change* berimplikasi pada meningkatnya kinerja karyawan. Kinerja karyawan secara umum meningkat dilihat dari perilaku yaitu motivasi, tanggung jawab dan kreativitas seiring dengan upaya perubahan yang dilakukan perusahaan yaitu menuntut karyawan untuk lebih pintar dan kreatif dalam berpikir strategi maupun bertanggung jawab penuh terhadap tugas-tugas yang diberikan. Kinerja karyawan yang meningkat setelah adanya perubahan ke *customer and service oriented* menyebabkan kinerja perusahaan juga mengalami peningkatan. Peningkatan kinerja perusahaan dilihat dari tingkat kepuasan dan tingkat komplain pelanggan sesuai dengan misi PT. X melalui sistem manajemen mutu garam sebagai landasan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan yang mengacu pada strategi *customer and service oriented* yang ditetapkan perusahaan.
3. Ada beberapa temuan yang didapat dari hasil triangulasi dengan melakukan cek ulang (*cross check*) antara persepsi pimpinan, karyawan dan pelanggan tentang perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan. Terdapat faktor penghambat proses *change* yang terjadi dalam perusahaan yaitu upaya perubahan melalui pelayanan yang baik pada pelanggan (*customer focus*) dianggap pelanggan belum maksimal dalam hal pengendalian kuantitas garam karena masih seringnya komplain pelanggan tentang kekurangan penerimaan garam dan harga garam konsumsi yang menurut pelanggankurang dapat bersaing dipasar; *direction* dari pimpinan yang jelas dan selalu menginginkan proses yang cepat

- membuat pelayanan pada pelanggan menjadi cepat pula namun seringkali melewati proses administrasi yang telah diatur dalam prosedur ISO; sistem remunerasi yang memperhatikan bobot pekerjaan masing-masing divisi belum sempurna dan nantinya akan ada *rewards* untuk karyawan individu dan kelompok apabila mencapai prestasi; belum adanya *career planning* dan penilaian prestasi kerja yang belum sempurna karena saat ini penilaian prestasi kerja di perusahaan hanya sebagai tolak ukur dan bersifat normatif. Promosi dan kenaikan jabatan karyawan tidak hanya berdasarkan penilaian prestasi kerja namun juga dikombinasikan dengan intuisi bisnis pimpinan. Faktor-faktor penghambat dapat menghambat proses *change* ke depannya, karena perubahan lingkungan eksternal sangat cepat sehingga perusahaan perlu melakukan penyempurnaan pada hal-hal yang belum maksimal agar tetap dapat bersaing dan mempertahankan kinerja yang telah dicapai.
4. Proses perubahan orientasi terhadap pelanggan dan layanan di PT. X hingga saat ini sesuai dengan strategi yang dikemukakan Kurt Lewin yaitu kekuatan pendukung (*driving forces*) akan semakin banyak dan kekuatan penolak (*restraining forces*) akan semakin sedikit.
 5. Pada penelitian *case study* didapatkan hasil yang kemudian disimpulkan bahwa dinamika proses *change* yang pada PT. X, sudah pada tahapan *moving* sesuai dengan konsep *Lewin's planned change model* dimana perusahaan telah mengambil langkah tindakan, baik memperkuat *driving force* maupun memperlemah *resistances*. Langkah ini juga meliputi intervensi di dalam sistem untuk mengembangkan perilaku baru, nilai-nilai, dan sikap melalui *change* di dalam struktur organisasi dan proses. Perusahaan melakukan perubahan secara bertahap (*step by step*) tapi pasti. Hasil-hasil dari perubahan juga telah dirasakan walaupun belum sempurna namun perusahaan berniat menyempurnakannya.

Daftar Pustaka

- Abram, Stephen. (2006). Readiness for Change. http://stephenslighthouse.sirsidynix.com/archives/2006/09/readiness_for_c.html diakses tanggal 16 Agustus th. 2009.
- Adhikari, Hargovind. (2007). Organizational Change Models: A Comparison. Student of Tata Institute of National Science.
- Alshamlan, Abdulrahman Sultan. (2003). *Change Management: Case Study*. Royal Court.
- Chew, Y.T. & Choo, S. M. (2008). *A Study of the Change Management and Challenges in a bank, Research and Practice in Human Resources Management*.
- Cummings, G.T., and C.G. Worley. 2008. *Organizational Development and Change*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Mangkuprawiraja, Sjafri. (2008). Manajemen Perubahan VS Krisis Manajemen Global. <http://ronawajah.wordpress.com/2008/10/13/manajemen-perubahan-vs-krisis-moneter-global/> diakses tanggal 18 Mei th. 2009.

- McNamara, Carter. (2008). Basic Context for Organizational Change. <http://managementhelp.org/mgmt/orgchnge.htm> diakses tanggal 10 Agustus th. 2009.
- McNamara, Carter. (2008). Employee Performance Management. http://managementhelp.org/emp_perf/emp_perf.htm diakses tanggal 29 Agustus th. 2009.
- Palmer, I., R. Dunford, and G. Akin. (2009). *Managing Organizational Change*. New York: McGraw-Hill.
- Sanjeev. (2008). A Challenge and Necessity. http://www.12manage.com/i_co.html diakses tanggal 10 Agustus th. 2009.
- Senge, Peter M. (1990). *The Fifth Discipline Field Book; strategies and tools for building a learning organizations*, London; Nicholas Brealey Publishing.
- Thomson. (2003). Learning Objectives for Organizational Change. www.bnet.com diakses tanggal 29 Agustus th. 2009.
- Werther, William B and Jr., Keith Davis, 1996. *Human Resources and Personnel Management*. New York: McGraw-Hill.
- Yin, Robert K. 2003. *Studi Kasus (desain dan metode)*, edisi revisi, (terjemahan), Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.

Technology Readiness Model (Trm) Dan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Memprediksi Niat Individu Dalam Menggunakan *E-Learning*

Rahab

Haryadi

Hermin Endratno

Universitas Muhamadiyah Purwokerto

rahab_inc@yahoo.co.id

haryadi@yahoo.co.id

hermin_endratno@yahoo.co.id

Abstract

The Internet and Web-based technologies have used to support implementation learning program. E-learning is utilization information technology to support learning activity. Using e-learning in higher education have important role to support learning effectiveness. Some of universities in Indonesia have begun to implement online learning to support learning process. This study investigated the effect of individual readiness on e-learning acceptance. This study combine between technology readiness model with technology acceptance model into one model to investigate the role individual technology readiness to technology acceptance. Individual technology readiness are measured by four dimensions are optimism, innovativeness, insecure, discomfort. An empirical study was conducted among lecturer at JenderalSoedirman University. Partial Least Square was used to analyze the model. This study show that from four dimensions of technology readiness only optimism dimension that effect to perceive ease of use and perceive usefulness. This study also show that intention to use e-learning is effected by their perception to e-learning usefulness. Based on this findings can be concluded that lecture who have higher optimism will have higher perceive ease to use and usefulness of e-learning. Lecture will use e-learning if they perceive that e-learning useful to support learning process.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), Technology Readiness model, E-learning.*

PENDAHULUAN

Penggunaan *e-learning* dalam pendidikan di perguruan tinggi sangat penting dalam mendorong efektifitas pembelajaran. *E-learning* memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. *E-learning* juga memungkinkan mahasiswa

untuk belajarsesuai dengan waktunya, tempat, dan kecepatan belajar masing-masing. Selain memberikan manfaat bagi mahasiswa, *e-learning* juga bermanfaat bagi para dosen serta civitas akademik lainnya. *E-learning* juga diharapkan dapat mempererat kerja sama antar perguruan tinggi dalam rangka peningkatan kualitas

lulusan perguruan tinggi. Penelitian ini diarahkan untuk menguji hubungan antara kesiapan individu terhadap penerimaan *e-learning*.

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model (TAM)*) (Hartono, 2007). Penelitian mengenai penerimaan teknologi banyak dilakukan dengan menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis *et al.*, (1989).

Penelitian ini fokus pada variabel individual yaitu kesiapan individu dalam mempengaruhi penerimaan individu terhadap *e-learning* sebagai media pembelajaran. Konsep penerimaan dosen terhadap *e-learning* memuat konsep berkaitan dengan persepsi kemudahan dan kegunaan dari *e-learning* serta niat untuk menggunakan *e-learning*. Konsep kesiapan individu yang digunakan sebagai anteseden dari penerimaan *e-learning* merupakan konstruk yang memuat 4 (empat) dimensi yaitu: optimisme (*optimism*), keinovatifan (*innovativeness*), ketidakamanan (*insecure*) dan ketidaknyamanan (*discomfort*).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS *Technology Acceptance Model*

Teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual

terhadap penggunaan sistem informasi adalah Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model, TAM*) (Hartono, 2007). Model Penerimaan Teknologi merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Penelitian mengenai penerimaan teknologi banyak dilakukan dengan menggunakan TAM yang dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989). Davis *et al.* (1989) dalam studinya, menemukan bahwa ada tiga faktor penentu pada penggunaan komputer manajerial yakni: (1) Penggunaan komputer oleh masyarakat dapat diprediksikan secara rasional dari niatnya (*intentions*), (2) kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) adalah faktor penentu utama dari niat masyarakat dalam menggunakan komputer dan (3) kemudahan penggunaan persepsian (*perceived easy to use*) adalah faktor penentu kedua dari niat masyarakat dalam menggunakan komputer.

Model Penerimaan Teknologi dibangun dari *Theory Reasoned Action (TRA)* (Davis *et al.*, 1989). Model Penerimaan Teknologi menambahkan dua konstruk utama dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian. Model Penerimaan Teknologi berargumentasi bahwa penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral intention*). Pemakai teknologi akan mempunyai niat untuk menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Kegunaan persepsian juga

mempengaruhi kemudahan penggunaan persepsian tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem masih berguna (Davis, *et al.*, 1989).

Technology Readiness Model

Kesiapan Individu terhadap Teknologi mengacu pada kecenderungan seseorang untuk menerima dan menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tujuan dalam kehidupan rumah tangga dan di tempat kerja (Parasuraman, 2000). Konstruk Kesiapan Individu terhadap Teknologi dapat dilihat sebagai pernyataan pikiran secara keseluruhan yang dihasilkan dari *gestalt* mental pendorong dan penghambat yang secara kolektif menentukan kecenderungan untuk menggunakan teknologi baru. Indeks Kesiapan Individu terhadap Teknologi merupakan sebuah kerangka kerja yang berhubungan dengan teknologi secara umum (Parasuraman, 2000). Karakteristik berbeda pada setiap orang dan oleh karenanya kepercayaan mereka terhadap berbagai aspek teknologi juga berbeda. Kekuatan relatif dari tiap karakteristik mengidikasi keterbukaan seseorang terhadap teknologi. Kesiapan Individu terhadap Teknologi adalah beraneka segi (*multifaceted*) (Parasuraman, 2000).

Kesiapan Individu terhadap teknologi mendefinisikan empat kelompok pengguna yang dipisahkan berdasarkan karakteristik kepribadian umum mereka dengan dua faktor yang menjadi motivasi dari teknologi baru dan dua faktor yang menjadi

penghambat. Kesiapan Individu terhadap Teknologi meliputi (Parasuraman, 2000):

1. Optimisme (*optimism*). Pandangan positif terhadap teknologi. Kepercayaan dalam meningkatkan kontrol, fleksibilitas, dan efisiensi dalam hidup karena teknologi;
2. Keinovatifan (*innovativeness*). Kecenderungan untuk menjadi pengguna pertama sebuah teknologi baru;
3. Ketidaknyamanan (*discomfort*). Memiliki kebutuhan untuk mengontrol dan adanya rasa kewalahan;
4. Ketidakamanan (*insecure*). Tidak mempercayai teknologi dikarenakan alasan keamanan dan privasi.

Optimisme dan keinovatifan merupakan pemicu positif kesiapan individu terhadap teknologi. Kedua variabel tersebut mendorong seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Ketidaknyamanan dan ketidakamanan merupakan sikap negatif yang bersifat menghambat yang membuat seseorang enggan untuk menggunakan teknologi.

Pengaruh Optimisme dan Persepsi terhadap E-learning

Optimistik kurang memusatkan pada hal-hal yang negatif sehingga lebih terbuka dalam menghadapi teknologi. Seseorang yang optimis lebih bisa menerima situasi dan cenderung tidak menghindar dari kenyataan. Oleh karena itu, optimistik memiliki keinginan lebih untuk menggunakan teknologi baru (Scheier dan Carver, 1987). Optimistik mengarah pada sikap yang lebih positif dan akan membantu membawa sikap yang lebih positif terhadap komputer (Loyd dan Gressard, 1984; Muger dan Loyd, 1989).

Para optimistik akan menghadapi segala

sesuatunya secara aktif dibandingkan para pesimistik. Pandangan ini lebih efektif dalam mencapai hasil yang positif. Hal ini berhubungan terbalik dengan *distress* emosional, kecemasan, dan kekhawatiran terhadap pengalaman buruk (Taylor *et al.*, 1992). Individu yang memiliki optimisme yang tinggi tidak banyak mempertimbangkan batasan-batasan yang mungkin terjadi. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka diasumsikan bahwa seorang optimistik akan mempersepsikan teknologi sebagai hal yang mudah digunakan karena kurangnya kekhawatiran adanya kemungkinan hasil yang negatif.

Dalam studinya mengenai kesiapan individu terhadap karyawan yang bergerak dalam bidang jasa, Walezuch *et al.* (2007) menemukan bahwa optimisme karyawan secara signifikan memiliki pengaruh positif pada kemudahan penggunaan persepsian teknologi informasi. Dalam konteks penelitian ini, seseorang yang optimis pada *e-learning* akan memiliki persepsi bahwa *e-learning* tersebut mudah untuk digunakan.

H2: Optimisme berpengaruh positif pada kemudahan penggunaan persepsian.

Optimisme merupakan kecenderungan untuk mempercayai bahwa seseorang akan secara umum memperoleh hasil yang baik dibandingkan yang buruk dalam hidupnya (Scheier dan Carver, 1987). Seseorang yang optimis pada teknologi tertentu akan merasa bahwa teknologi tersebut berguna. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil temuan studi Walezuch *et al.* (2007) yang menyatakan bahwa optimisme karyawan secara signifikan memiliki pengaruh positif

pada kemudahan penggunaan persepsian teknologi informasi. Dengan demikian, seseorang yang optimis pada *e-learning* akan meningkatkan persepsinya terhadap kegunaan *e-learning*.

H2: Optimisme berpengaruh positif pada kegunaan persepsian.

Pengaruh Keinovatifan dan Persepsi terhadap E-learning.

Keinovatifan dianggap sebagai *trait*, tidak dipengaruhi oleh lingkungan ataupun variabel-variabel internal (Agarwal dan Prasad, 1998). Inovator kurang menaruh kepercayaan pada evaluasi subjektif orang lain dalam lingkungan sosial mengenai konsekuensi dari mengadopsi inovasi baru (Rogers, 1995). Seseorang dengan PIIT (*Personal Innovativeness in Technology Information*) yang tinggi akan memiliki persepsi yang positif terhadap teknologi. Keinovatifan seseorang dalam teknologi informasi (PIIT) adalah keinginan seseorang untuk mencoba teknologi informasi baru apapun (Midgley dan Dowling, 1978; Flynn dan Goldsmith, 1993).

Karahanna *et al.* (1998) menunjukkan bahwa semakin inovatif seseorang, maka ia akan memiliki seperangkat kepercayaan yang semakin tidak kompleks mengenai teknologi baru. Seseorang yang inovatif akan merasa teknologi merupakan sesuatu hal yang mudah. Argumen tersebut didukung oleh hasil temuan dari studi yang dilakukan oleh Walezuch *et al.* (2007) yang menyatakan bahwa keinovatifan seseorang secara signifikan memiliki pengaruh positif pada kemudahan penggunaan. Dalam konteks *e-learning*, seseorang yang inovatif akan berpersepsi *e-learning* mudah digunakan.

H3:Keinovatifan berpengaruh positif pada kemudahan penggunaan persepsian.

Seseorang yang inovatif cenderung untuk berpikir bahwa ia akan kehilangan manfaat tertentu ketika tidak mencoba teknologi baru. Seseorang yang inovatif akan menggunakan temuan baru bahkan ketika nilai potensial temuan tersebut tidak pasti dan manfaatnya tidak jelas (Walezuch *et al.*, 2007). Dalam konteks penelitian ini dinyatakan bahwa seseorang yang inovatif akan menganggap *e-learning* berguna bagi proses pembelajarannya.

H4: Keinovatifan berpengaruh positif pada kegunaan persepsian

Pengaruh Ketidakamanan dan Persepsi terhadap E-learning.

Penghalang dari penerimaan teknologi salah satunya adalah pertimbangan mengenai masalah keamanan dan privasi (Chen *et al.* dalam Walczuch *et al.*, 2007). Hal ini dapat menimbulkan rasa khawatir dalam menerima teknologi baru. Seseorang yang merasa tidak aman akan mengurangi niatnya untuk menggunakan suatu teknologi tertentu (Walczuch *et al.*, 2007).

Kekhawatiran, sebagaimana dideskripsikan oleh Kwon dan Chidambaram dalam Walczuch *et al.* (2007), merupakan hasil dari penghindaran penggunaan komputer dikarenakan ketakutan individu yang bersifat halus terhadap teknologi. Alasan untuk hal ini terletak pada sikap skeptis yang dimiliki seseorang terhadap teknologi baru. Dengan demikian, individu yang merasa tidak aman terhadap sebuah teknologi akan mengurangi persepsinya akan kemudahan dalam menggunakan teknologi.

Dalam studinya mengenai kesiapan individu terhadap teknologi karyawan yang bergerak dalam bidang jasa, Walezuch *et al.* (2007) menemukan bahwa ketidakamanan karyawan terhadap teknologi secara signifikan memiliki pengaruh negatif pada kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Dalam konteks *e-learning*, individu yang merasa tidak aman dalam menggunakan *e-learning* akan merasa *e-learning* tidak mudah untuk digunakan.

H5: Ketidakamananberpengaruhnegatif pada kemudahan penggunaan persepsian

Ketidakamanan muncul karena seseorang merasa tidak percaya terhadap teknologi karena alasan keamanan dan privasi (Parasuraman, 2000). Hal ini akan mengakibatkan kecurigaan dan mengurangi persepsi kegunaan pada suatu sistem informasi tertentu (Walezuch *et al.*, 2007). Walezuch *et al.* (2007) menemukan pengaruh negatif ketidakamanan pada kegunaan persepsian. Dalam konteks *e-learning*, individu yang merasa tidak aman dalam menggunakan *e-learning* akan merasa *e-learning* tidak berguna.

H6: Ketidakamanan berpengaruh negatif pada kegunaan persepsian.

Pengaruh Ketidaknyamanan dan Persepsian terhadap E-learning.

Orang-orang dengan skor ketidaknyamanan yang tinggi akan mempersepsikan teknologi dengan lebih kompleks. Persepsi tersebut akan mengakibatkan persepsi bahwa teknologi kurang mudah atau sukar untuk digunakan. Orang dengan tingkat ketidaknyamanan yang tinggi kurang menyukai model dengan berbagai fitur

sehingga lebih memilih teknologi dengan model standar yang lebih sederhana (Parasuraman, 2000).

Pendapat di atas konsisten dengan hasil penelitian Walczuch *et al.* (2007) yang menemukan bahwa ketidaknyamanan karyawan secara signifikan memiliki pengaruh negatif pada kemudahan penggunaan persepsian. Dalam konteks *e-learning* maka dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat ketidaknyamanan seseorang terhadap *e-learning* maka semakin rendah persepsinya terhadap kemudahan penggunaan *e-learning*.

H7: Ketidaknyamanan berpengaruh negatif pada kemudahan penggunaan persepsian

Ketidaknyamanan didefinisikan sebagai adanya kebutuhan untuk mengontrol dan adanya rasa kewalahan (Parasuraman, 2000). Rasa kewalahan menyebabkan timbulnya persepsi bahwa suatu teknologi tidak berguna (Walczuch *et al.*, 2007). Dalam konteks *e-learning*, ketidaknyamanan seseorang terhadap *e-learning* akan mengakibatkan semakin rendahnya persepsi kegunaannya terhadap *e-learning* tersebut.

H8: Ketidaknyamanan berpengaruh negatif pada kegunaan persepsian.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian dan Kegunaan Persepsian

Beberapa studi empiris (Taylor dan Todd, 1995; Venkatesh dan Davis, 2000; Venkatesh dan Morris, 2000) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian secara signifikan dan positif berpengaruh pada persepsi kegunaan. Individu yang

merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia juga akan merasa bahwa sistem informasi itu berguna. Dalam konteks penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa seseorang yang mempersepsikan *e-learning* mudah untuk digunakan maka ia juga akan mempersepsikan *e-learning* tersebut berguna.

H9: Kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif pada kegunaan persepsian.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian, Kegunaan Persepsian dan Niat Keperilakuan Menggunakan E-learning.

Persepsi kemudahan menggunakan (*Perceived ease of use*) mengacu ada tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis, 1989). Konstruk persepsi kemudahan menggunakan merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya.

Persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) merefleksikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika

seseorang percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Kemudahan penggunaan persepsian dan kegunaan persepsian keduanya ditemukan mempunyai pengaruh ke niat berperilaku untuk menggunakan sistem teknologi informasi (Davis *et al.*, 1989; Chau, 1996; Igbaria *et al.*, 1997; Lee *et al.*, 2003, Roca dan Gagne, 2007). Pemakai sistem teknologi informasi akan mempunyai niat menggunakan sistem teknologi informasi jika merasa sistem teknologi informasi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Dalam konteks *e-learning*, seseorang akan berniat menggunakan *e-learning* jika ia merasa *e-learning* mudah untuk digunakan dan berguna.

H10: Kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh positif pada niat berperilaku menggunakan e-learning,

H11: Kegunaan persepsian berpengaruh positif pada niat berperilaku menggunakan e-learning.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian ini termasuk *confirmatory reseach*. Teknik survei digunakan untuk mengumpulkan data. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu dosen.

Objek penelitian ini adalah pemanfaatan *e-learning* di Universitas Jenderal Soedirman. Dipilihnya *e-learning* dengan pertimbangan bahwa pendekatan pembelajaran ini sedang dikembangkan oleh UNSOED sebagai alternatif dari pembelajaran yang telah ada sebelumnya.

Sampel penelitian ini adalah dosen baik yang sudah pernah menggunakan *e-learning* maupun yang belum menggunakan *e-learning*. Teknik penyampelan yang digunakan adalah *convenience sampling*.

Dari 150 kuesioner yang disebar, sebanyak 27 buah tidak kembali, sehingga total kuesioner yang kembali sebanyak 128 kuesioner. Dari 128 kuesioner yang kembali, sebanyak 5 kuesioner tidak dapat digunakan karena pengisian yang tidak lengkap sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah dan dianalisis sebanyak 123 kuesioner.

Hasil analisis berkaitan dengan karakteristik responden diketahui bahwa responden yang tidak pernah mengikuti pelatihan *e-learning* yaitu mencapai 52 persen sedangkan 48 persen telah mengikuti pelatihan yang berkaitan dengan *e-learning*. Berkaitan dengan pengalaman menggunakan *e-learning*, responden yang belum pernah menggunakan *e-learning* dalam metode pembelajarannya yaitu mencapai 64 52 persen sedangkan yang telah menggunakan *e-learning* sejumlah 48 persen.

Adapun berdasarkan karakteristik usia, responden yang berusia antara 46-55 tahun sebesar 37 persen, untuk usia 25-35 tahun sebesar 35 persen, 36-45 tahun sebesar 23 persen sedangkan prosentase paling sedikit untuk usia 56 keatas sebesar 5 persen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisa PLS, validitas konvergen dari model pengukuran dengan menggunakan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara item *score/ component score* dengan *construct score*)

Tabel 2: Korelasi antar Variabel dan Nilai Akar Kuadrat AVE

	AM	GU	IN	MU	NI	NY	OP
AM	0,8103						
GU	0,539435	0,7867					
IN	0,352049	0,567503	0,6452				
MU	0,338888	0,531578	0,637403	0,7678			
NI	0,53205	0,682128	0,469335	0,368729	0,7433		
NY	0,440463	0,523069	0,421016	0,259267	0,478375	0,7727	
OP	0,500809	0,862831	0,630829	0,522248	0,639817	0,568469	0,7030

Keterangan: OP= Optimis; IN= Keinovatifan; AM= Ketidakamanan; NY= Ketidaknyaman; MU= Persepsi Kemudahan; GU = Persepsi Kegunaan; NI= Niat Menggunakan. Angka yang dicetak tebal adalah nilai akar kuadrat dari AVE.

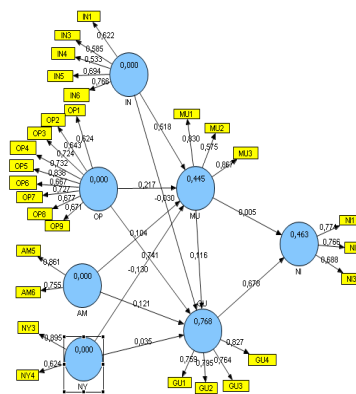
Sumber: Data primer, diolah, 2008.

indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Validitas konvergen dilihat dari nilai *loading* indikator, rata-rata variansi (AVE) dan *communality*.

Nilai *loading* merupakan nilai korelasi antara konstruk dan indikator sedangkan *communality* merupakan proporsi variansi dari sebuah item. Ghazali (2006) menyatakan bahwa nilai *loading* yang memiliki tingkat validitas konvergen yang cukup apabila nilainya lebih besar dari 0,5. Hasil nilai *loading* pada pengujian awal ditemukan 12 (duabelas) item indikator yaitu AM1, AM2, AM3, AM4, AM7, AM8, AM9 dan NY1, NY2, NY5, NY6, NY7 mempunyai nilai *loading* <0,5. Kemudian kedua belas indikator tersebut dikeluarkan dari model pada pengujian selanjutnya.

Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk telah menunjukkan nilai *loading* diatas 0,5 yang berarti bahwa model memiliki validitas konvergen

yang tinggi. Hasil Output Smart PLS 2.0 untuk *loading* faktor pada masing-masing indikator setelah penghilangan indikator yang nilai *loading*nya <0,5 ditunjukkan di gambar 2.



Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi pada setiap konstruk laten (Tabel 2). Ini berarti bahwa item pengukuran memiliki validitas diskriminan yang baik sesuai kriteria yang diajukan oleh Gefen dan Straub (2005). Dari hasil uji dapat disimpulkan bahwa seluruh item pengukuran yang digunakan dalam

penelitian ini valid.

Reliabilitas menunjukkan tingkat stabilitas, akurasi dan konsistensi dari suatu alat ukur (instrumen) (Cooper dan Schindler, 2006). Indikator yang digunakan adalah *composite reliability* dengan ambang minimal 0,7 untuk mengindikasikan adanya konvergensi yang cukup atau adanya konsistensi internal (Hair *et al.*, 2006).

Hasil pengujian menunjukkan seluruh konstruk memberikan nilai *composite reliability* di atas 0,7 (Tabel 3). Berdasarkan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel.3 Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Optimisme	0,897229
Keinovatifan	0,778262
Keamanan	0,792025
Kenyamanan	0,742659
Persepsikemudahan	0,806648
Persepsikegunaan	0,866477
Niat	0,786985

PEMBAHASAN

Pengaruh Optimisme pada Persepsi terhadap *E-learning*.

Hasil pengujian mendukung hipotesis pertama (H1) yaitu bahwa optimisme berpengaruh positif pada persepsi kemudahan menggunakan ($p=0,08$). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa optimisme juga ditemukan berpengaruh pada persepsi kegunaan (Hipotesis 2) ($p=0,000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa

seseorang yang optimis dengan keberadaan *e-learning* akan memiliki persepsi positif mengenai *e-learning*. Mereka akan memandang bahwa *e-learning* merupakan suatu teknologi yang mudah untuk digunakan dan berguna dalam mendukung proses pembelajaran. Temuan ini konsisten dengan hasil studi Walczuch *et al.* (2007); Monalisa (2008) yang menemukan adanya pengaruh positif variabel optimisme pada persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Pada konteks pemanfaatan *e-learning* di mahasiswa UT, Monalisa (2007) menemukan bahwa mahasiswa yang memiliki optimisme akan memandang bahwa *e-learning* merupakan teknologi yang mudah untuk digunakan dan akan sangat berguna dalam membantu proses pembelajaran.

Pengaruh Keinovatifan pada Persepsi terhadap *E-learning*

Keinovatifan ditemukan memiliki pengaruh positif pada kemudahan penggunaan persepsian (H3) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p<0,01$). Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Walczuch *et al.* (2007) yang menyatakan terdapat pengaruh positif keinovatifan pada kemudahan persepsian. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa seseorang yang inovatif akan menganggap bahwa *e-learning* mudah digunakan.

Konsisten pula dengan temuan studi yang dilakukan oleh Walczuch *et al.* (2007); Monalisa (2008), pengaruh keinovatifan pada kegunaan persepsian ditemukan tidak signifikan ($p=0,38$). Tidak didukungnya hipotesis tersebut (H4) mengindikasikan bahwa seseorang yang inovatif sangat sadar akan kemajuan teknologi. Seseorang yang

inovatif menyadari bahwa perkembangan teknologi sangat cepat sehingga timbul pula anggapan bahwa daur hidup temuan-temuan di bidang teknologi informasi sangatlah cepat. Seseorang yang inovatif memiliki ekspektasi yang tinggi pada temuan sistem teknologi informasi selanjutnya. Hal ini kemudian diduga mengurangi persepsi kegunaan dari seseorang yang inovatif pada teknologi informasi tertentu.

Pengaruh Ketidakamanan pada Persepsi dan Niat terhadap *E-learning*

Dimensi ketidakamanan ditemukan memiliki tidak berpengaruh pada persepsi kemudahan penggunaan (H5) ($p=0,16$). Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Rahab *et al.* (2007) yang menyatakan bahwa seseorang memiliki persepsi bahwa teknologi informasi tidak aman untuk digunakan belum tentu menganggap bahwa teknologi tersebut sukar untuk digunakan. Umumnya individu yang belum pernah menggunakan TI/ masih pemula dalam menggunakan teknologi belum dapat menyimpulkan suatu teknologi apakah teknologi tersebut aman atau tidak. Motivasi individu untuk menggunakan teknologi lebih banyak ditentukan oleh preferensi sebelumnya berkaitan dengan teknologi tersebut. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan dalam menggunakan *e-learning* sangat ditentukan oleh pengalaman dan pengetahuan tentang teknologi. Temuan ini berbeda dengan studi Walczuch *et al.* (2007) yang menemukan adanya pengaruh negatif ketidakamanan pada kegunaan persepsian.

Ketidakamanan juga tidak berpengaruh pada persepsi kegunaan. Sebagian dosen menganggap bahwa *e-learning* belum

dianggap menjadi kebutuhan untuk dalam mendukung proses pembelajaran. Dosen masih menganggap pembelajaran menggunakan *e-learning* belum efektif digunakan karena berbagai faktor seperti ketersediaan infrastruktur internet masih sangat terbatas, minimnya sarana computer yang disediakan universitas untuk dapat diakses oleh mahasiswa dan besarnya biaya yang harus ditanggung oleh mahasiswa untuk mengakses internet. Argumen tersebut yang diduga menjadi alasan tidak didukungnya hipotesis 6 mengenai pengaruh negatif dimensi ketidakamanan pada kegunaan persepsian ($p=0,262$). Temuan ini konsisten dengan studi Monalisa. (2007) yang menemukan tidak adanya pengaruh ketidakamanan pada persepsi kegunaan *e-learning*.

Pengaruh Ketidaknyamanan pada Persepsi *E-learning*.

Dimensi ketidakamanan ditemukan tidak memiliki pengaruh negatif pada persepsi kemudahan menggunakan (H7) ($p=0,19$). Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Monalisa (2008) yang menemukan bahwa dimensi ketidaknyamanan tidak berpengaruh pada persepsi kemudahan dalam menggunakan *e-learning*. Berbeda dengan temuan ini, Walczuch *et al.* (2007) menemukan adanya pengaruh negatif dimensi ketidaknyamanan pada persepsi kemudahan menggunakan teknologi layanan mandiri pada karyawan jasa keuangan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ketidaknyamanan seseorang tidak memiliki pengaruh pada persepsi kegunaan (H8) ($p=0,34$) Temuan ini senada dengan studi yang dilakukan oleh Walczuch *et al.*

(2007); Monalisa (2008) yang menemukan bahwa ketidaknyamanan tidak berpengaruh pada kegunaan persepsian. Temuan pada dimensi ketidaknyamanan terhadap *e-learning* mengindikasikan bahwa ketidaknyamanan bukanlah merupakan faktor yang menentukan penerimaan seseorang terhadap *e-learning*.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Persepsian pada Kegunaan Persepsian

Persepsi kemudahan menggunakan ditemukan berpengaruh positif pada persepsi kegunaan (H9) ($p < 0,08$). Temuan ini konsisten dengan beberapa studi empiris sebelumnya (Taylor dan Todd, 1995; Venkatesh dan Davis, 2000; Venkatesh dan Morris, 2000) menemukan bahwa persepsi kemudahan menggunakan secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap persepsi kegunaan. Seseorang yang merasa bahwa *e-learning* mudah digunakan maka ia juga akan merasa bahwa *e-learning* tersebut berguna.

Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan pada Niat Menggunakan E-learning

Bertentangan dengan yang dihipotesiskan, persepsi mengenai kemudahan menggunakan *e-learning* (*perceived ease of use*) ditemukan tidak berpengaruh signifikan pada niat untuk menggunakan *e-learning*. Temuan ini memberi arti, meskipun dosen merasakan kemudahan dalam menggunakan *e-learning* atau menganggap mudah untuk menggunakan *e-learning*, namun tidak mempengaruhi niatnya untuk menggunakan *e-learning* tersebut dalam mendukung pekerjaannya. Ketidaksignifikanan hasil penelitian ini dapat terjadi karena responden adalah

individu yang berpendidikan dan para profesional yang memiliki perbedaan dalam hal kecakapan dan kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Kapasitas intelektual dan sifat lingkungan kerja mereka berbeda bila dibandingkan dengan subjek yang sering diamati pada riset sebelumnya. Dosen dapat memahami teknologi baru dengan cepat tanpa memerlukan latihan intensif yang mungkin dibutuhkan oleh kelompok pengguna lainnya.

Dosen menganggap bahwa proses pembelajaran dengan menggunakan *e-learning* belum menjadi kebutuhan mendesak, memiliki kecenderungan yang rendah untuk menggunakan internet, tetapi dosen yang merasa membutuhkan *e-learning* cenderung memiliki niat yang kuat untuk menggunakan *e-learning*. Belum adanya tuntutan bagi dosen untuk menggunakan *e-learning* dalam menjalankan pekerjaannya menimbulkan keinginan yang lemah untuk menggunakan internet.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan penelitian Hong *et al.* (2002) dan Ramayah (2006) yang menemukan kemudahan dalam menggunakan (*ease of use*) *online library* berpengaruh positif pada niat untuk menggunakannya. Namun temuan penelitian ini mendukung penelitian Chau dan Hu (2002); Rahmiati (2008) yang menemukan *perceived ease of use* tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi *telemedicine*. Davis (1989) beranggapan, walaupun persepsi mengenai kemudahan menggunakan Internet (PEOU) ditemukan berkorelasi signifikan dengan penggunaan, namun ketika kegunaan

(*usefulness*) dijadikan sebagai kontrol, pengaruh *ease of use* pada penggunaan menjadi tidak signifikan, *ease of use* berkemungkinan adalah anteseden dari *usefulness* dibanding sebagai determinan langsung dari penggunaan sistem.

Analisis Pengaruh Persepsi Mengenai Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Pada Niat Untuk Menggunakan (*Intention to Use*) E-learning

Disisilain, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif pada niat untuk menggunakan *e-learning*. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Davis (1989), persepsi mengenai kegunaan (*perceived usefulness*) ditemukan memiliki pengaruh kuat pada niat untuk menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa guru cenderung lebih memfokuskan pada kegunaan teknologi itu sendiri. Oleh karena itu, supaya *e-learning* dapat diterima dan digunakan oleh dosen dalam menunjang pekerjaannya, perlu diperlihatkan kemampuan Internet tersebut dalam memenuhi kebutuhan individu tersebut. Dosen cenderung memperlakukan teknologi sebagai sebuah alat, yang hanya bisa diterima ketika manfaat yang diinginkan terpenuhi. Sehubungan dengan itu, pihak universitas perlu memberikan pelatihan-pelatihan untuk mengarahkan dan menguatkan persepsi dosen mengenai kegunaan *e-learning* dalam mendukung proses pembelajaran.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Venkatesh dan Davis (2000), Heijden (2004), dan Fang *et al.*, (2005). Dalam penelitiannya, Fang *et al.*, (2005) menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived security* adalah determinan

dari niat menggunakan (*intention to use*) peralatan *wireless* untuk bertransaksi. Begitu pula dengan Heijden (2004) yang menemukan bahwa *perceived ease of use* adalah determinan *intention to use* yang paling kuat. Davis (1989) menyatakan dorongan utama pengguna mengadopsi suatu teknologi adalah karena fungsi yang diberikan pada mereka, dan yang kedua seberapa mudah atau sulitnya menggunakan sistem tersebut untuk mendapatkan fungsi itu.

PENUTUP

Simpulan

Niat individu (dosen) untuk menggunakan *e-learning* dipengaruhi persepsi mereka pada kegunaan *e-learning*. Dimensi optimisme individu pada suatu teknologi memiliki peran dalam membangun persepsi positif individu pada *e-learning* yang kemudian mendorong individu untuk berniat menggunakannya. Adanya persepsi individu bahwa *e-learning* bermanfaat guna membantu proses pembelajaran berdampak pada niat yang kuat untuk menggunakannya.

Implikasi

Hasil temuan ini memberikan validasi lebih lanjut terhadap Indeks Kesiapan Individu terhadap Teknologi dengan menerapkannya secara lebih spesifik, disesuaikan dengan konteks penelitian yaitu *e-learning*. Indeks Kesiapan Individu terhadap Teknologi tidak lagi mengukur kesiapan seseorang terhadap teknologi secara umum, akan tetapi dalam penelitian ini Indeks Kesiapan Individu terhadap Teknologi disesuaikan dengan konteks *e-learning* menjadi Indeks Kesiapan Individu terhadap *e-learning*.

Adapun implikasi secara praktis temuan ini yaitu Perguruan Tinggi diharapkan memperhatikan kesiapan dosen terlebih dahulu sebelum membuat keputusan untuk menerapkan kebijakan pemakaian *e-learning* untuk proses pembelajaran di universitas. Hal ini menjadi sangat penting karena proses pemanfaatan *e-learning* yang bersifat mandatori tanpa didasari adanya aspek kesiapan individu dalam memanfaatkan akan menyebabkan proses implementasi *e-learning* menjadi tidak maksimal.

Daftar Pustaka

Achjari, D. 2004. Partial Least Squares: Another Method of Structural Equation Modeling Analysis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 19 (3), hal. 238-248.

Agarwal, R., Prasad J. 1998. A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9 (2), hal.204–215.

Cheng, Kai Wen .2006. A Research Study on Students' Level of Acceptance in Applying e-Learning for Business Courses- A Case Study on a Technical College in Taiwan. *Journal of American Academy of Business* Cambridge, 8 (2); hal.265-270.

Chin, Wynne W. 2001. *PLS-graph User's Guide Version 3.0*.

Cooper, Donald R., dan Schindler, P.S. 2006. *Business Research Methods*. McGraw-Hill, 9th Edition, New York.

Dabholkar P.A. 1996. Consumer evaluations of new technology-based self-service

options: an investigation of alternative models of service quality. *International Journal of Research in Marketing* 13 (1), hal. 29–51.

Davis, F.D, (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13 (3), hal.319–340.

Davis, F.D, Bagozzi, R.P., Warshaw, P.R. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), hal. 982-1003.

Flynn L.R., Goldsmith R.E. 1993. A validation of the Goldsmith and Hofacker innovativeness scale. *Educational and Psychological Measurement*. 53 (7), hal.1105–1116.

Gardner, C. dan Amoroso, D.L. 2004. Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers. *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*.

Ghozali, I. 2006. *Analisis Multivariate Dengan program SPSS, 3th ed*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, I. 2006. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Glossary. 2001. Glossary of e-Learning Terms, LearnFrame.Com.

- Hair, J.F., Black, W., Babin, B.J., Anderson, R.E., dan Tatham, R.L. 2006. *Multivariate Data Analysis*, Sixth Edition. Pearson Prentice Hall, New York.
- Hartley, Darin E. 2001. *Selling e-Learning, American Society for Training and Development*, 22
- Hartono, J. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- <http://e-learning.depdiknas.go.id>. Diakses tanggal 5 april 2009 jam 16.00 WIB
- Jaafar, M., Aziz, A.R.A., Ramayah, T., Saad, B. 2007. Integrating Information Technology in the Construction Industry: technology Readiness Assesment of Malaysian Contractors. *International Journal of Project Manajement* 25 (9), hal. 115-120.
- Karahanna, E., Straub D.W., Chervany N.L. 1998. Information technology adoption across time: a cross-sectional comparison of pre-adoption and post-adoption beliefs," *MIS Quarterly* .23(2), hal.183–213.
- Kwon H.S., Chidambaram L., 2000. *A test of the technology acceptance model: the case of cellular telephone adoption*, in: Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Lee, Y., Kozar, K.A. dan Larsen K.R.T. 2003. The Technology Acceptance Model: Past, Present, dan Future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12(50), hal.752-780.
- Lewicki, R. J., dan Mcallister, D.J. 1998. Trust and distrust: new relationships and realities. *Academy of Management Review*, 23 (3), hal.438-458.
- Liaw, S.S., dan Huang, H.M. 2003. An Investigation of User Attitudes Toward Search Engine As An Information Retrieval Tool. *Computer in Human Behavior*, 19, hal. 751-765.
- Liljander V. 2006. Technology readiness and the evaluation and adoption of self-service technologies, *Journal of Retailing and Customer Services*, 13, hal.177-191.
- Liljander, V., Gilberg, F., Gummerus, J., dan Riel V. A. 2006. Technology Readiness and The Evaluation and Adoption of Self-Service Technology. *Retailing and Consumer Services*, 13, hal 117-191.
- Lin, C.J. 2006. The Role of Technology Readiness in Customer's Perception and Adoption of Self-Service Technology. *International Journal of Service Industry Management*, 17 (5), hal.497-517.
- Lin, Jiun-Sheng, dan Hsieh Pei-Ling. 2007. The Influence of Technology Readiness on Satisfaction and Behavioral Intentions Toward Self-Service Technologies. *Computer in Human Behavior*, 23, hal.1597-1615.
- Loyd, B.H., Gressard, C. 1984. Reliability and factorial validity of computer attitude scales. *Educational and Psychological Measurement* , 44, hal. 501–505.
- Midgley, D.F., Dowling G.R. 1978. Innovativeness: the concept and its

- measurement. *Journal of Consumer Research* 4, hal.229–242.
- Moon, J.W., dan Kim Y.G. 2001. Extending the TAM for A Word-Wide-Web Context. *Information & Management*, 38, hal. 217-230.
- Monalisa, Komang A.T, 2008. Pengaruh Kesiapan Individu Pada Niat Keperilakuan Menggunakan *E-Learning*. Proseding Simposium Nasional Sistem Teknologi Informasi (SNSTI) 27-28 Januari 2008 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Parasuraman A. 2000. Technology readiness index (TRI): A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), hal.307–320.
- Scheier M.F., Carver C.S. 1992. Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research*, 16, hal.201–228.
- Venkatesh, V. 2000. Determinants of Perceived Ease of Use Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model” *Information Systems Research* 11(4), hal.342-365.
- Venkatesh, V. 1999. Creation of Favorable User Perceptions Exploring the Role of Intrinsic Motivation. *MIS Quarterly* 23(2), hal.239-260.
- Venkatesh, V., dan Davis, F.D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science* 46 (2), hal. 186-204.
- Walezuch R., J. Lemmink, S. Streukens. 2007. The Effect of Service Employee’s Technology Readiness on technology Acceptance, *Information & Management*, 44, hal. 206-215.
- Wahono, Romi Satria, <http://ilmukomputer.org/2008/11/25/pengantar-elearning-dan-pengembangannya/> diakses tanggal 7 Maret 2012 jam 15.25.
- www.jurnalnet.com, diakses tanggal 11 April 2012, jam 09.00 WIB.

Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan

(Studi Pada Pemerintah Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah)

Rahmi Widyanti

Kurniaty

Uniska Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin

rahmiwidyanti@yahoo.com.au

kurniaty60@gmail.com

Abstract

This study aims to test the relationship between service quality to increase customer's satisfaction of East Barito Local Government Central Kalimantan. Data were collected from societies of East Barito Local Government Central Kalimantan, 269 questionnaires were collected with cluster sampling and analyzed using statistical techniques Statistical Product and Service Solution (SPSS). The open questions are presented to explain service quality which a people needed. This study found that was strong influence of service quality to increase customer's satisfaction are positively and significant affects directly. Build from the value of relationships of variables of service quality and customer satisfaction, it is obtain that the indicator of empathy is the most powerful indicator. Findings this research proved that service quality to increase customers satisfaction. Even though value of this research could additional new framework of the human resource and marketing literature on two variables: service quality and customers satisfaction specially serve on government citizen of East Barito Local Government Central Kalimantan, which could be used in increasing customers satisfaction. However there are limitations in used statistical techniques and has not tested these variables results from service quality to increase customer's satisfaction.

Keyword : service quality, customers satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam upaya memperbaiki citra pelayanan pemerintah pada umumnya, telah dikembangkan berbagai macam konsep salah satunya adalah konsep pelayanan prima. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik dari pemerintah kepada masyarakat. Apabila selama ini pelayanan masyarakat sudah sesuai dengan standar yang ada, maka pelayanan prima melebihi standar yang telah ditetapkan tersebut.

Suatu permasalahan yang dihadapi sekarang ini sebagaimana yang dinyatakan Faisal Tamin (2002), bahwa hanya 40% dari 4 juta aparatur pemerintah yang benar-benar profesional, produktif dan berkualitas. Hal ini merupakan pekerjaan yang besar bagi pemerintah untuk memperbaiki kinerja aparatur. Upaya pemerintah sekarang ini adalah berusaha menggenjot supaya mereka itu sadar bahwa harus bekerja dengan baik, menambah yang 40% menjadi 70% yang bagus, handal dan mumpuni.

Kalau dilihat dari kondisi aparatur sekarang ini, maka jumlah aparatur daerah Buntok dengan jumlah penduduk Laki-kali sebanyak 61.818 dan perempuan sebanyak 59.191 orang dari jumlah keseluruhan 6 Kabupaten, jumlah aparturnya sebanyak 3.500 orang (PNS).

Mengingat lembaga pemerintah ini perlu didukung oleh masyarakat maka masyarakat harus ditempatkan pada kedudukan yang istimewa. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh mutu pelayanan. Mutu pelayanan yang memuaskan tidak dapat diwujudkan hanya dengan main-main dan upaya sambil lalu. Untuk pelayanan bermutu diperlukan budaya kerja yang dilakukan secara profesional dengan menerapkan Total Quality management (TQM) dan Total Quality Service (TQS).

Meningkatnya kinerja birokrasi pemerintah harus dibarengi dengan upaya pendayagunaan sumber daya manusia aparatur yang efektif dan efisien yang didukung oleh system atau pola pembinaan yang efektif sebagai bagian yang integral dari pengembangan dan pendayagunaan aparatur.

Perumusan Masalah

Aspek-aspek yang perlu dikaji pada kinerja Aparatur Pemerintah Daerah Buntok adalah:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah dalam mewujudkan program-program pemerintahan.
2. Sejauh mana kepuasan masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Buntok Kabupaten

Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah.

3. Apakah Kualitas Aparatur Pemerintah Daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

Tujuan Penelitian

Secara khusus penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah.
2. Untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Provinsi Kalimantan Tengah terhadap kepuasan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Konsep Kualitas Kinerja

Kinerja (performance) pada dasarnya berarti prsetasi kerja, pelaksanaan kerja, pencapaian kerja atau penampilan kerja (LAN, 1992)

Soeprihanto (2001) mengemukakan kinerja/prestasi kerja karyawan/pegawai pada dasarnya adalah hasil kerja seseorang selama periode tertentu di bandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standart, target/sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Menurut Hereman, Sehab dan Fossum (1981) menyatakan

bahwa pengukuran kinerja/prestasi kerja yang mencakup kegiatan. Pertama, identifikasi dimensi kinerja. Kedua, penetapan standar kerja. Dimensi kerja meliputi: 1) Kualitas output; 2) Kuantitas. Umar (2005) mengajukan 10 komponen data kinerja Sumber Daya manusia yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja karyawan/pegawai yaitu:

1. Kualitas pekerjaan/pegawai
2. Kejujuran karyawan/pegawai
3. Inisiatif.
4. Kehadiran.
5. Sikap.
6. Kerjasama
7. Keandalan
8. Pengetahuan tentang pekerjaan.
9. Tanggung jawab.
10. Pemanfaatan waktu.

Pelayanan Publik Sebagai Kualitas Kinerja Pegawai

Pelayanan Publik (Masyarakat)

Secara garis besar pelayanan yang dibutuhkan masyarakat diklasifikasikan ke dalam dua bagian. Pertama, pelayanan yang bersifat missal (*public service*) seperti penyediaan transportasi, pusat-pusat kesehatan, denyediaan lembaga-lembaga pendidikan dan pemeliharaan keamanan.

Kedua, pelayanan yang bersifat individual, (*civil service*) seperti pelayanan dalam membuat identitas penduduk, surat izin mengendari, memeriksa kesehatan dsb. Terlepas dari kedua klasifikasi pelayanan tersebut yang jelas merupakan kewajiban pemerintah untuk melakukannya.

Hasil penelitian *Governance And Decentralization Survey/GDS, 2004* dalam Partini dan Wicaksono, 2004 di kutif

dari Marzuki (2006) menemukan adanya ketidakmampuan sebagian besar warga masyarakat untuk memenuhi “aturan main” dalam pemberian pelayanan oleh birokrasi ketika mengurus suatu pelayanan. Adanya “aturan main” dalam pemberian pelayanan oleh birokrasi biasanya ditentukan secara sepihak oleh pejabat. Aturan ini bias berbentuk pada tidak adanya kepastian waktu dan biaya, prosedur yang rumit, ketidak jelasan informasi dan layanan, dan sebagainya.

Mengetahui kinerja pelayanan publik organisasi/instansi pada dasarnya dapat dapat mengadopsi konsep Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1993) . Mereka memberikan indikator kepuasan konsumen pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut konsumen yaitu:

1. *Tangible* (kenyataan) yaitu kualitas pelayanan yang dilihat dari sarana fisik yang kasat mata, misalnya berupa fasilitas parkir, komputerisasi, administrasi ruang tunggu, tempat informasi dan lain sebagainya.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen
5. *Empathy* (perhatian) yaitu sikap tegas tetapi penuh perhatian terhadap konsumen.

Selanjutnya, dalam Keputusan Manpan No. Kep/25/m.pan/2/2004 telah mengeluarkan tentang pedoman umum penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat IKM unit pelayanan instansi pemerintah, sebagai acuan utama untuk mengukur keberhasilan suatu kinerja pelayanan public adalah kepuasan masyarakat yang dilayani.

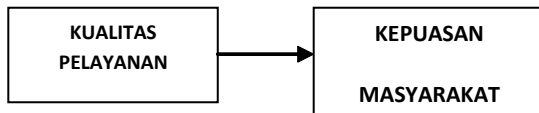
Unsur-Unsur indeks kepuasan masyarakat menurut IKM adalah:

1. *Posedure pelayanan* yaitu kemudahan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi Keserhanaan alur pelayanan.
2. *Persyaratan pelayanan*, yaitu persyaratan teknis dalam administrasi yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
3. *Kejelasan petugas pelayanan*, yaitu keberadaan dan kepastian petugas pelayanan yang memberikan pelayanan (nama, jabatan, serta kewenangan dan tanggung jawab).
4. *Kedisiplinan petugas pelayanan*, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
5. *Tanggung jawab petugas pelayanan*, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
6. *Kemampuan petugas pelayanan*, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
7. *Kecepatan pelayanan*, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggaraan pelayanan.
8. *Keadilan* mendapat pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani.
9. *Kesopanan dan keramahan petugas*, yaitu sikap dan perilaku tugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secdara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
10. *Kewajaran biaya pelayanan*, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan unit pelayanan.
11. *Kepastian biaya pelayanan*, yaitu kesesuaian antara biaya yang diberikan dengan biaya yang telah ditetapkan.
12. *Kepastian jadwal pelayanan*, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
13. *Kenyamanan lingkungan*, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
14. *Keamanan pelayanan*, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

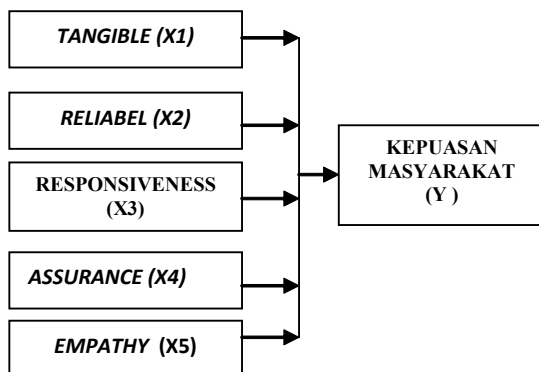
Model Konseptual Dan Model Hipotesis

Berdasarkan uraian tersebut diatas tentang Variabel Kinerja dan kepuasan Masyarakat, maka dapat digambarkan kerangka

model konseptual dan model hipotesis dari pengaruh variable Kinerja terhadap Kepuasan masyarakat adalah sebagaimana gambar 1 berikut.



Gambar 1. Model Konsep Penelitian



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini tergolong penelitian eksplanasi yang cakupan eksplanasinya adalah penelitian kausalitas (Sugiono, 2006). Penelitian ini dilakukan di daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah dengan jumlah 6 Kecamatan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Daerah Buntok Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah yang berusia di atas delapan belas tahun. Populasi dengan usia di atas 20 tahun tersebut di anggap sudah pernah perurusan dengan aparat pemerintah daerah.

Desain Sampel

Desain sampel menggunakan Area Sampling (Cluster Sampling) dengan 4 Kecamatan berdasarkan Sample Random

Sampling. Jumlah sampel sebanyak 272 responden. Angket yang kembali dan dapat diolah sebanyak 269 eksemplar.

Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini digunakan skala *Likert* dengan interval penilaian setiap jawaban responden dengan skor angka 1 sampai 5.

Analisis Data

Metode analisis data adalah Statistik Deskriptif dan Statistik Inferensial dengan menggunakan alat Bantu program komputerisasi SPSS. Analisa Inferensial dengan menggunakan regresi Linear Sederhana dengan rumusan sebagai berikut.

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen
dalam penelitian

b_0 = Intersep (Konstanta)

b_1 = Koefisien regresi

X_1 = Kinerja pelayanan

e = Error term (variabel pengganggu)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara geografis Buntok sebagai ibu kota Kabupaten terletak antara 120⁰ Lintang Utara 235⁰ Lintang Selatan, 114⁰ dan 115⁰ Bujur Timur. Kabupaten Barito Selatan diapit oleh 3 (tiga) kabupaten lainnya. Di sebelah Utara dengan sebagian wilayah Kabupten Barito Utara, disebelah Timur dengan sebagian Kabupten Barito Timur, di Selatan dengan Kabupaten Kapuas dan provinsi Kalimantan Selatan serta disebelah Barat dengan Kabupaten Kapuas.

Kabupaten Barito Selatan memiliki luas wilayah 8.830 km² meliputi 6 (enam) kecamatan yang terdiri dari:

Kecamatan Jenamas luas wilayah 708 km². Kecamatan Dusun Hilir luas wilayah 2.065 km². Kecamatan Kurau Kuala luas wilayah 1.099 km². Kecamatan Dusun Selatan luas wilayah 1.829 km². Kecamatan Dusun Utara luas wilayah 1.196 km². Kecamatan Dusun Awai luas wilayah 1.933 km²

Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pendidikan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur, Jenis kelamin dan Pendidikan

Keterangan	Jumlah	(%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	185	68,8
Perempuan	84	31,2
Jumlah	269	100
Umur (Tahun)		
18 - 26	31	11,52
27 - 36	79	29,37
37 - 46	74	27,51
47 - 56	57	21,19
< 57	20	10,41
Jumlah	269	100
Pendidikan		
SD	32	11,9
SLTP	63	23,4
SLTA	142	52,8
Diploma	15	5
S1	17	6,3
Jumlah	269	100

Sumber : Data primer, diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berpendidikan SLTA ke bawah. Ini merupakan tantangan yang cukup berat bagi petugas pelayanan

dalam upaya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		Koef. Korelasi	Ket	Alpha (α)	Ket
Tangible (X1)	X1.1	0.667	Valid	0.709	Reliabel
	X1.2	0.711	Valid		
	X1.3	0.596	Valid		
	X1.4	0.704	Valid		
	X1.5	0.705	Valid		
	X1.6	0.615	Valid		
Reliable (X2)	X2.1	0.777	Valid	0,942	Reliabel
	X2.2	0.732	Valid		
	X2.3	0.712	Valid		
	X2.4	0.694	Valid		
	X2.5	0.658	Valid		
	X2.6	0.750	Valid		
	X2.7	0.806	Valid		
Responsive Ness (X3)	X3.1	0.710	Valid	0,863	Reliabel
	X3.2	0.848	Valid		
	X3.3	0.589	Valid		
	X3.4	0.802	Valid		
	X3.5	0.784	Valid		
	X3.6	0.844	Valid		
Assurance (X4)	X4.1	0.743	Valid	0,790	Reliabel
	X4.2	0.860	Valid		
	X4.3	0.787	Valid		
	X4.4	0.525	Valid		
	X4.5	0.698	Valid		
	X4.6	0.598	Valid		
Empathy (X5)	X5.1	0.852	Valid	0,875	Reliabel
	X5.2	0.549	Valid		
	X5.3	0.774	Valid		
	X5.4	0.799	Valid		
	X5.5	0.737	Valid		
	X5.6	0.805	Valid		
Kepuasan Masyarakat (Y1)	Y1.1	0.753	Valid	0.730	Reliabel
	Y1.2	0.820	Valid		
	Y1.3	0.848	Valid		
	Y1.4	0.842	Valid	0,786	Reliabel
	Y1.5	0.830	Valid		

Sumber : data diolah (2011)

Hasil Pengujian Regresi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan diuji mengenai

pengaruh antara variabel bebas yakni Kinerja Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Kabupaten Barito Selatan dilihat dari Variabel Tangible (X1) atau pelayanan yang dilihat dari sarana fisik yang kasat mata, variabel Reliabel (X2) atau pelayanan kemampuan dan kehandalan yang terpercaya, variabel Responsiveness (X3) atau pelayanan secara cepat dan tepat serta sikap tanggap terhadap keinginan masyarakat, variabel Assurance (X4) atau pelayanan kemampuan petugas instansi pemerintah daerah dalam meyakinkan kepercayaan dan jaminan kapastian, dan variabel Empathy (X5) atau pelayanan yang diberikan berupa sikap tegas tetapi penuh perhatian terhadap masyarakat terhadap variable terikat yakni kepuasan masyarakat (Y) baik secara simultan maupun secara parsial.

Hasil uji regresi berganda dapat disajikan dalam Tabel 3 berikut.

Tabel 3.
Hasil Uji Regresi Berganda Variabel-Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y) Baik Secara Simultan maupun Secara Parsial

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Sig.t	T _{hitung}	r ²
Variabel Tangible (X ₁)	0,038	0,004	2,868	0,0303
Variabel Reliable (X ₂)	-0,042	0,326	-0,983	-0,0037
Variabel Responsiveness (X ₃)	0,226	0,000	4,474	0,0708
Variabel Assurance/ Jaminan Kepastian (X ₄)	0,265	0,000	4,632	0,0756
Variabel Empathy (X ₅)	0,296	0,000	5,831	0,1142
Multi R = 0,853 R Square (R ₂) = 0,728 F _{hitung} = 140,803 Sig. F = 0,000 α = 0,05				

Sumber : Data primer diolah (2011)

Berdasarkan dari hasil uji regresi berganda sebagaimana Tabel 3 dapat diketahui bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel Kinerja Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah Kabupaten Barito Selatan dilihat dari Variabel Tangible (X1) atau pelayanan yang dilihat dari sarana fisik yang kasat mata, variabel Reliable (X2) atau pelayanan kemampuan dan kehandalan yang terpercaya, variabel Responsiveness(X3) atau pelayanan secara cepat dan tepat serta sikap tanggap terhadap keinginan masyarakat, variabel Assurance(X4) atau pelayanan kemampuan petugas instansi pemerintah daerah dalam meyakinkan kepercayaan dan jaminan kapastian, dan variabel Empathy (X5) atau pelayanan yang diberikan berupa sikap tegas tetapi penuh perhatian terhadap masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat, hal ini dapat dibuktikan dengan koefisien *Multi R* sebesar 0,853, kuatnya korelasi ini juga didukung oleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,728 ini dapat diartikan bahwa 72,8% perubahan nilai kepuasan masyarakat sebagai variabel terikat dapat dipengaruhi secara bersama-sama oleh faktor variabel-variabel kinerja pelayanan aparatur pemerintah daerah, sedangkan sisanya yakni 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel yang diteliti

Berdasarkan Uji Anova atau F_{test} , didapat nilai F_{hitung} adalah 140,803 dengan tingkat $Sig.F = 0,000$. Karena nilai $Sig.F (p) = 0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi Kepuasan masyarakat. Atau dapat pula dikatakan bahwa variabel-variabel Kinerja pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah benar-benar

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat Buntok Kabupaten Barito Selatan.

Hasil Uji Regresi Parsial

Dalam analisis berikut ini adalah pengujian secara parsial. Pada Tabel 3 tersebut di atas telah menunjukkan terdapat satu variabel yang tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat yaitu variabel reliabel (X_2), atau pelayanan kemampuan dan kehandalan yang terpercaya, karena nilai $Sig.(p) 0,326 > 0,05$ yang berarti bahwa variabel reliabel (X_2) tidak memberikan kontribusi untuk membentuk kepuasan masyarakat ketika mereka mengurus sesuatu keperluan. Sedangkan variabel tangible (X_1) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,038 dengan $Sig.t (probabilitas)$ sebesar 0,004, sedangkan nilai koefisien *determinasi parsial* (r^2) 0,0303 yang berarti bahwa kontribusi variabel tangible (X_1) atau pelayanan yang dilihat dari sarana fisik yang kasat mata dalam membentuk kepuasan masyarakat sebesar 3,03% ketika mereka mengurus sesuatu keperluan.

Untuk variabel Responsiveness (X_3), juga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,226 dan nilai $Sig.t (probabilitas)$ sebesar 0,000, sedangkan nilai koefisien *determinasi parsial* (r^2) 0,0708 yang berarti bahwa kontribusi variabel responsiveness (X_3) atau pelayanan secara cepat dan tepat serta sikap tanggap terhadap keinginan masyarakat dalam membentuk kepuasan masyarakat sebesar 7,08%.

Begitu juga variabel Assurance (X_4) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,265 dan nilai $Sig.t (probabilitas)$ sebesar 0,000, sedangkan nilai koefisien *determinasi parsial* (r^2) 0,0756 yang berarti bahwa kontribusi variabel Assurance (X_4) atau pelayanan kemampuan petugas instansi pemerintah daerah dalam meyakinkan kepercayaan dan jaminan kapastian dalam membentuk kepuasan masyarakat sebesar 7,56%. Sedangkan untuk variabel Empathy (X_5) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,296 dan $Sig.t (probabilitas)$ sebesar 0,000, sedangkan nilai koefisien *determinasi parsial* (r^2) 0,0756 yang berarti bahwa kontribusi variabel Empathy (X_5) dalam membentuk kepuasan masyarakat sebesar 11,42%.

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil analisis pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah dilihat dari variabel tangible (pelayanan yang dilihat dari sarana fisik yang kasat mata), variabel Reliabel (pelayanan kemampuan dan kehandalan yang terpercaya), variabel Responsiveness (pelayanan secara cepat dan tepat serta sikap tanggap terhadap keinginan masyarakat) variabel Assurance (pelayanan kemampuan petugas instansi pemerintah daerah dalam meyakinkan kepercayaan dan jaminan kapastian), Empathy (pelayanan yang diberikan berupa sikap tegas tetapi penuh perhatian terhadap masyarakat), bersama-sama (simultan)

- berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat Kabupaten Barito Selatan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien *Multi R* = 0,853 dan nilai *Sig.F (probabilitas)* = 0,000 lebih kecil dari α 0,05 serta nilai R^2 = 0,728, bernilai positif.
2. Hasil analisis pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah dilihat dari variabel *Tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (*B*) = 0,038 dan nilai *sig.t (probabilitas)* = 0,004 < α 0,05, serta nilai r^2 = 0,0303. yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel *Tangible* dalam membentuk perubahan kepuasan masyarakat sebesar 3,03%.
 3. Hasil analisis pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah dilihat dari variabel *Reliable* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (*B*) = -0,042 dan nilai *sig.t (probabilitas)* = 0,326 > α 0,05.
 4. Hasil analisa pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah dilihat dari variabel *Responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (*B*) = 0,226 dan nilai *sig.t (probabilitas)* = 0,000 < α 0,05, serta nilai r^2 = 0,0708. yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel *Responsiveness* dalam membentuk perubahan kepuasan masyarakat sebesar 7,08%.
 5. Hasil analisa pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah dilihat dari variabel *Assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (*B*) = 0,265 dan nilai *sig.t (probabilitas)* = 0,000 < α 0,05, serta nilai r^2 = 0,0756. yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel *Assurance*, dalam membentuk perubahan kepuasan masyarakat sebesar 7,56%.
 6. Hasil analisa pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Daerah dilihat dari variabel *Empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (*B*) = 0,296 dan nilai *sig.t (probabilitas)* = 0,000 < α 0,05, serta nilai r^2 = 0,11,42. yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel *Empathy* dalam membentuk perubahan kepuasan masyarakat sebesar 11,42%

Saran

Hasil penelitian ini diharapkan selain dapat memberikan konstribusi bagi yang berminat dalam manajemen sumber daya manusia dan pemasaran, khususnya dalam pemahaman perilaku aparatur pemerintah daerah dalam instansi dan diharapkan pula dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khusus pemerintah daerah Kabupaten Barito Selatan

Penelitian ini menggunakan alat uji SPSS yang mana indikator juga merupakan variabel sehingga disarankan bagi penelitian yang akan datang menggunakan alat uji yang lain misalnya SEM.

Referensi

- Alma, Buchari (2000) Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Cetakan keempat, Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*, Rhineka Cipta, Jakarta
- Bougoure, Ursula, Bernard Lee, 2009, Service quality in Hong Kong: wet markets vs supermarkets, *British Food Journal*, Vol. 111 No. 1.
- Brunetto Yvonne, Rod Farr-Wharton, 2008, Service delivery by local government employees postthe implementation of NPM ; A social capital perspective, *International Journal of Productivity and Performance Management* Vol. 57 No. 1
- Brucks, Merrie, Zelthaml, Valery A. and Naylor Gillian, 2000, Price and Brand Name As Indicators of Quality Dimentions for customer Durables, *Journal of Academy of Marketing* 56.
-, 2010, *Barito Selatan Dalam Angka*, BPS dan BPPD Barito Selatan.
- Chong Un Pyon, Min Jung Lee, Sang Chan Park, 2009, Decision support system for service quality management using customer knowledge in public service organization, *Expert Systems with Applications* 36 (2009) 8227–8238
- Dessler, Gary 2007, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Bahasa Indonesia, alih bahasa Drs Benyamin Molan, Edisi Ke-10 Prentice Hall Inc.
- D. Smith, Kenneth and William G.K. Taylor, 2000, The learning organisation ideal in Civil Service organisations: deriving a measure, *The Learning Organization* Volume 7. Number 4
- Ferdinan, Agusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu manajemen*, Penerbit BP-Undip semarang.
- George Kuk, 2002, The digital divide and the quality of electronic service delivery in local government in the United Kingdom, *Government Information Quarterly* 20 (2002) 353–363
- Gozali, Imam, 2008, *Metode Penelitian Kwantitatif*, Penerbit BP-Undip, Semarang.
- Hair, Black, Babin, Anderson, 2010, *Multivariate Data Analysis*, Pearson Education Ltd. , New Jersey, USA
- Jeffrey M. Wilhite, 2000, Service standards for the Metropolitan Oklahoma City government document depositories: The road continues, *Journal of Government Information* 28 (2001) 285-295
- Lai-Ming Tam, Jackie, 2010, The moderating role of perceived risk in loyalty intentions: an investigation in a service context, *Marketing Intelligence & Planning* Vol. 30 No. 1
- Lupiyoadi, Rambat (2001) Manajemen pemasaran jasa, teori dan prakrek. Edisi pertama, Salemba Empat, Jakarta.

- Magoutas, Babis, Gregoris Mentzas, 2010, SALT: A semantic adaptive framework for monitoring citizen satisfaction from e-government services, *Expert Systems with Applications* 37 (2010) 4292–4300
- Marzuki, Didi, 2006, *Bekerja Demi Rakyat*, Naragita Dinamika.
- MENPAN, 2004, *Pedoman Umum Pelaksanaan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelaksana Pemerintahan*, Keputusan Nomor 25 Tahun 2005.
- Onder Karakus, Edmund F. McGarrell and Oguzhan Basibuyuk, 2010, Public satisfaction with law enforcement in Turkey, *Journal of Police Strategies & Management* Vol. 34 No. 2
- Pieter Verdegem, Gino Verleye, 2009, User-centered E-Government in practice: A comprehensive model for measuring user satisfaction, *Government Information Quarterly* 26 (2009) 487–497
- Santoso, Singgih, dan Tjiptono, Fandi, 2001, *Riset Pemasaran*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Singh, Ramendra, Abraham Koshy, 2011, A new conceptualization of salesperson's customer orientation Propositions and implications, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 No. 1
- Sugiono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Umar, Husin, 2006, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Gramedia, Jakarta
- Wang, Ray Shu-Li, Hsu, Yuan Hsu Lin, Ming-Lang Tseng, 2011, Evaluation of customer perceptions on airline service quality in uncertainty, *Social and Behavioral Sciences* 25
- Penelitian ini dapat terlaksana atas biaya dari APBD Pemerintah Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah Tahun Anggaran 2009/2010

Perspektif Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Keluarga: survei Perusahaan Keluarga Di Semarang

Ranto P. Sihombing

Monika Palupi

Stephana Dyah Ayu

Vena Purnamasari

Clara Susilawati

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

rantopartomuan@gmail.com

Abstract

The study conducted about Corporate Social Responsibility (CSR) has been done, namely Sembiring (2005) that examined the characteristics of corporate and social responsibility disclosure on Indonesia Stock Exchange. In addition, Anggraini (2006) has also examined the factors of social disclosure on companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Both studies were conducted using financial data public company are easily obtained and analyzed. However, research on family companies which aims to find out if companies implement CSR and what are the factors that drive companies to implement CSR has never been done. It also encourages researchers to investigate how the application of social and environmental responsibility in the family company. The result of this research, it was obtained, first, the family company in Semarang has implemented CSR from the aspect of profit, planet, people, and procedural aspects. Companies have set aside some profit for CSR. The company also has made programs that positively impact the environment, and has had a policy that protects the rights of employees. But in terms of not well-monitored implementation yet because not involve a third party. Secondly, the reason companies implement CSR diverse. Mostly, they did because business ethics. The implications of this study are the results of this study can be used as the basis for regulatory decision-making in this case local governments to develop any activity that may be required for companies to conduct and report on CSR activities, especially in the family company. With hoping is to create harmonization between the company, the environment and stakeholders in order to realize sustainable development.

Keywords: corporate social responsibility, family companies, business ethics, harmonization, sustainable development

PENDAHULUAN

Isu mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan atau yang lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR), telah menggeser pandangan pengelolaan

organisasi bisnis. Pandangan manajemen klasik tentang tanggung jawab perusahaan hanya berorientasi kepada pemilik modal dan kreditur dengan mencapai tingkat laba maksimum. Sedangkan pandangan

manajemen modern berorientasi mencapai laba maksimum yang dihubungkan dengan tanggung jawab sosial perusahaan ke arah keseimbangan antara tuntutan para pemilik perusahaan, kebutuhan para pegawai, pelanggan, pemasok, lingkungan dan juga masyarakat umum. Argumentasi pandangan manajemen modern ini menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan operasionalnya harus berinteraksi dengan lingkungan sosialnya dan sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan, karena semuanya berasal dari lingkungan sosial dimana perusahaan itu berada. Oleh karena itu, perusahaan sebagai organisasi bisnis harus mampu merespon apa yang dituntut oleh lingkungan sosialnya sehingga entitas bisnis dan entitas sosial dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi untuk kepentingan bersama.

Di Indonesia sendiri telah diberlakukan Undang-Undang yang mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi Perusahaan yang terdaftar (*Go public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Undang-Undang (UU) No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74 ayat 1 menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya”. Sedangkan ayat 2 menyatakan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran”. Sebagai konsekuensi kedua ayat tersebut, maka perusahaan berkewajiban pula mengungkapkan tanggung jawab sosial

dan lingkungan dalam laporan tahunan. Sejak diberlakukannya UU tersebut, dari tahun ke tahun semakin banyak perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Namun, bagaimana dengan perusahaan keluarga yang sifatnya tertutup. Apakah perusahaan-perusahaan tersebut memiliki perhatian yang serius terhadap isu tanggung jawab sosial dan lingkungan, padahal aktivitas operasi perusahaan mereka juga berdampak pada lingkungan dan sosial masyarakat. Ditambah lagi adanya karakteristik pengelolaan yang sedikit berbeda dengan perusahaan *go public* yaitu sumber permodalan yang dimiliki berasal dari sebagian atau seluruhnya dimiliki oleh keluarga tertentu. Alasan ini menyebabkan mereka secara hati-hati menggunakan modal yang dimiliki (Devi dan Hemant, 2009). Selain itu, tidak adanya pemisahan pengelolaan antara pemilik modal dan manajemen perusahaan sehingga penggunaan dana untuk melaksanakan CSR bergantung sepenuhnya oleh kebijakan keluarga tertentu.

Penelitian-penelitian yang dilakukan selama ini tentang CSR sudah banyak dilakukan, antara lain oleh Sembiring (2005) yang meneliti karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan BEI. Anggraini (2006) juga meneliti mengenai faktor-faktor pengungkapan informasi sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Kedua penelitian tersebut dilakukan menggunakan data-data keuangan perusahaan *go public* yang mudah diperoleh dan dianalisa. Namun penelitian di perusahaan keluarga yang bertujuan untuk mengetahui apakah perusahaan menerapkan CSR dan faktor-

faktor apa saja yang mendorong perusahaan menerapkan CSR belum pernah dilakukan. Hal ini pula yang mendorong peneliti untuk meneliti tentang bagaimana penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di perusahaan keluarga.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Perkembangan dan Definisi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Hingga dekade 1990, wacana tanggung jawab sosial dan lingkungan terus berkembang. Munculnya KTT bumi di Rio de Janeiro pada tahun 1992 menegaskan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai suatu hal yang harus diperhatikan. Dalam KTT tersebut menyatakan bahwa bukan hanya negara saja yang ikut bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan, tetapi juga kalangan korporasi. Hasil KTT ini diperkuat ketika James Collins dan Jerry Porras meluncurkan *Built To Last; Successful Habits of Visionary Companies* tahun 1994. Melalui riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak uang semata, tetapi juga memperhatikan lingkungan.

Terobosan besar dalam konteks CSR juga dilakukan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya: *Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business*, Elkington mengembangkan konsep *Triple Bottom Line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality and social justice* (Gray, 2001). Lewat konsepnya ini, Elkington melukiskan bahwa perusahaan

yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan *profit, people* dan *planet* (3P). Fokus perusahaan bukan hanya mengejar *profit*, mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut The World Business Council for Sustainable Development (dalam WCED, 1987), CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berperilaku secara etis dan mendukung pembangunan berkelanjutan, bekerjasama dengan karyawan dan perwakilannya, familinya, masyarakat dan komunitas lokal umumnya untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara-cara yang baik.

Suharto (2010) juga mengusulkan definisi CSR agar lebih mudah dipahami dan dapat dioperasionalkan untuk kegiatan audit. CSR didefinisikan sebagai kepedulian perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Dari definisi tersebut, jelas bahwa semua perusahaan harus memiliki komitmen untuk melaksanakan CSR. Tujuannya, agar perusahaan, masyarakat, karyawan, supplier, komunitas lokal dan lingkungan hidup berdampingan secara damai dan berkelanjutan.

Pelaporan dan Manfaat Penerapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Beberapa negara telah menetapkan

keharusan mengenai perlunya pelaporan CSR, meskipun kesepakatan mengenai alat ukur terhadap kinerja sosial dan lingkungan masih belum dapat dicapai secara bulat. Banyak perusahaan saat ini telah menghasilkan laporan tahunan berdasarkan audit eksternal yang pada umumnya mencakup isu-isu pembangunan yang berkelanjutan dan CSR (Suharto, 2010)

Namun, laporan yang biasa disebut Triple Bottom Line Reports, masih memiliki format yang beragam, baik isi, gaya bahasa, maupun metodologinya, bahkan dalam satu industri yang sama. Sedangkan acuan yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Laporan yang dihasilkan dari acuan ini sering disebut sebagai *Sustainability Report* atau lebih sering dikenal dengan istilah Laporan Keberlanjutan. Laporan ini biasanya menjadi satu di dalam laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*,
2. Memperkuat *brand positioning*,
3. Meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan,
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi dan mempertahankan karyawan,
5. Menurunkan biaya operasional, dan
6. Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa

penyajian laporan berkaitan aktivitas sosial dan lingkungan memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain meningkatkan citra perusahaan, disukai konsumen dan diminati investor. Bukti-bukti tersebut menunjukkan beragam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bersama bagi semua pihak, baik perusahaan sendiri, karyawan, masyarakat, pemerintah maupun lingkungan.

Faktor Penggerak Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia. Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya atau yang terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan CSR (Utama, 2008). Munculnya CSR dalam tren baru di Indonesia disebabkan oleh (Salim, 2006 dalam Stevi, 2008):

1. Kondisi sosial di Indonesia. Secara implisit, korporasi mempunyai tanggung jawab sosial untuk memperkuat kualitas masyarakat dan kohesi sosial dalam keberagaman masyarakat yang lebih luas.
2. Kekayaan Indonesia yang unik dan ekosistem yang beragam membangkitkan CSR untuk memelihara dan melindungi kehidupan yang menunjang ekosistem untuk menjamin ketahanan kehidupan.

Pelaksanaan CSR mempunyai pengaruh yang positif karena CSR bertujuan untuk menghindari konflik. Konflik disini diartikan sebagai pertikaian produk yang berbahaya, lingkungan hidup,

karyawan dan pengaruh-pengaruh sosial, ketidakadilan dalam pembagian sumber alam yang menyebabkan perusahaan harus menerapkan komitmen tingkat tinggi, keterlibatan *stakeholders* dan mencari strategi CSR. Strategi tersebut adalah pernyataan kebijakan CSR dan indikasi pelaksanaan CSR agar menjadi perhatian para *stakeholders*, sehingga dapat menyelesaikan konflik (Rees, 2006). Hal ini didukung dengan teori stakeholder (*stakeholder theory*) dan teori *corporate sustainability*.

Teori stakeholder menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi tergantung dari kemampuannya menyeimbangkan berbagai kepentingan stakeholder. Stakeholder yang dimaksud adalah bukan saja pemilik modal dan kreditor, tetapi juga meliputi karyawan perusahaan, konsumen dan masyarakat umum. Sedangkan teori *corporate sustainability* menyatakan bahwa masyarakat dan lingkungan merupakan pilar dasar penentu keberhasilan organisasi sehingga harus selalu diproteksi (Dellportas, 2005).

METODE PENELITIAN

Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 1999). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan keluarga yang sifatnya tertutup di kota Semarang. Metoda penyampelan menggunakan metode *Purposive Judgement Sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di kota Semarang (BPPS 2009)
2. Perusahaan memiliki alamat dan nomor

telepon yang jelas.

3. Perusahaan bersedia menjadi sampel penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan secara khusus dikumpulkan untuk menjawab masalah penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999). Responden penelitian ini adalah para manajer perusahaan yang menangani masalah tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Sesuai jenis datanya yaitu data primer, data penelitian diperoleh dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi secara tidak langsung yaitu dengan meminta responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disediakan dalam bentuk kuesioner.

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999). Kuesioner memungkinkan tiap responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan yang sama.

Validitas dan Reliabilitas Data

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terhadap sebuah data penelitian, maka terlebih dahulu dilakukan evaluasi terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Evaluasi kualitas data penelitian ini menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan

untuk mengetahui apakah instrumen pengukuran tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengukur konstruk sesuai dengan yang diharapkan peneliti.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (Kaiser's MSA). Kaiser's MSA yang disyaratkan agar data yang terkumpul dapat tepat dilakukan analisis faktor adalah lebih besar dari 0,50 dan tingkat signifikansi (*p value*) < 0,05, nilai ini juga akan menunjukkan validitas konstruk dari masing-masing variabel. Item yang dimasukkan dalam daftar analisis akhir adalah item yang memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,40.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang reliabel (dapat dipercaya). Suatu kuesioner dikatakan reliabel (dapat dipercaya) jika jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Konstruk suatu variabel penelitian dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* lebih dari 0.6.

Definisi Operasional

Penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikelompokkan ke dalam 4 (empat) kategori yaitu: *profit*, *planet*, *people*, prosedur (Suharto, 2010). Berikut ini merupakan definisi operasional untuk masing-masing kategori penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan:

Profit

Profit yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai besarnya perhatian para penentu kebijakan perusahaan terhadap prioritas anggaran CSR. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori profit.

Planet

Planet yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai besarnya dampak program yang dilakukan oleh perusahaan bagi lingkungan. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi dampak penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori *planet*.

People

People yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai besarnya dampak program yang dilakukan oleh perusahaan bagi stakeholder. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi dampak penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori *people*.

Prosedur

Prosedur yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai cara

pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin baik penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori prosedur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari 10 perusahaan di Semarang dengan skala besar. Responden yang menjadi penelitian ini adalah para manajer yang berjumlah 31 orang responden. Berdasarkan jenis usahanya, adalah sebanyak 50% merupakan perusahaan manufaktur, 40% berasal dari perusahaan jasa dan sisanya sebanyak 10% berasal dari perusahaan dagang. Berdasarkan bentuk badan hukum perusahaannya, 50% berbentuk CV, 40% berbentuk Perusahaan Perorangan, dan sisanya 10% berbentuk PT.

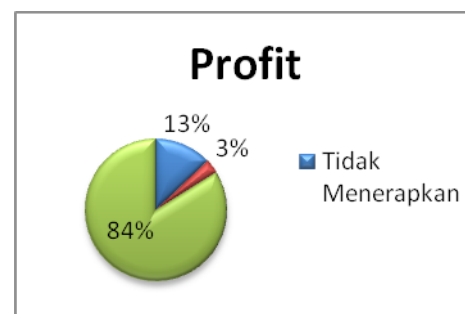
Sedangkan jumlah omzet yang diperoleh selama setahun, 40% responden memiliki omzet kurang dari 250 juta, 20% responden memiliki omzet antara 250-500 juta. Sedangkan 20% responden memiliki omzet sebesar 1-5 milyar, dan sisanya 20% responden memiliki omzet diatas 5 milyar.

Dari sisi sumber kepemilikan modal perusahaan, 60% responden menjawab bahwa modal perusahaan seluruhnya berasal dari keluarga tertentu, 10% responden menjawab sebagian besar modal berasal dari keluarga tertentu, 10% gabungan dari beberapa keluarga tertentu tanpa ada yang dominan, dan 20% responden menjawab tidak ada keluarga tertentu yang memiliki.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 31 orang yang terdiri dari 16 orang laki-laki (51,61%) dan 15 orang perempuan (48,39%). Sedangkan dari sisi usia responden, diperoleh hasil bahwa responden sebagian besar mempunyai umur antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun yaitu sebesar 40,74%. Data ini menunjukkan bahwa usia 31 tahun sampai dengan 40 tahun merupakan usia produktif untuk menjabat sebagai manajer dalam perusahaan. Hal ini sesuai dengan level jabatan yang dimiliki para responden yang sebagian besar level jabatannya adalah *middle manager* sebesar 54,84%. Komposisi responden terbanyak adalah responden yang berpendidikan S1 yaitu sebesar 67,86%.

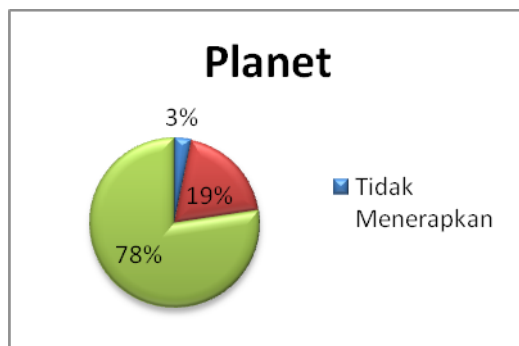
Untuk mengetahui apakah instrumen *valid* dan *reliable* maka dilakukan pengujian statistik. Berdasarkan hasil pengujian statistik maka diperoleh nilai KMO sebesar 0,458 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan valid. Nilai *cronbach alpha* menunjukkan *mean* sebesar 0,782 lebih besar dari 0,6 sehingga disimpulkan bahwa instrumen bersifat *reliable*.

Dibawah ini akan disajikan hasil analisis data berdasarkan aspek *profit*, *planet*, *people* dan prosedur yang digunakan sebagai indikator pelaksanaan CSR.



Figur 5.1
Aspek Profit Dalam Pelaksanaan CSR

Berdasarkan aspek profit, sebanyak 84% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek profit. Responden yang menyatakan menerapkan CSR dalam aspek profit sebagian besar adalah dari perusahaan jasa (54%) sedangkan 35% dari perusahaan manufaktur, sisanya dari perusahaan dagang dan lainnya (lampiran grafik 2). Sebanyak 13% responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek profit dan 3% menyatakan ragu-ragu. Indikator aspek profit diukur berdasarkan seberapa tinggi prioritas perusahaan menyisihkan sebagian laba yang diperoleh perusahaan untuk menerapkan CSR. Dari indikator aspek profit tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar perusahaan telah menyisihkan sebagian laba yang diperoleh untuk melaksanakan CSR dan memberikan prioritas terhadap anggaran untuk melaksanakan CSR.

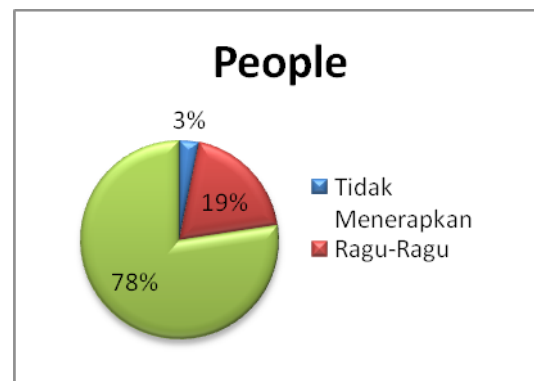


Figur 5.2

Aspek Planet Dalam Pelaksanaan CSR

Dari aspek planet sebanyak 78% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek planet, 3% responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek planet dan 19% persen menyatakan ragu-ragu. Responden yang menyatakan menerapkan CSR dalam aspek planet sebagian besar berasal dari perusahaan

jasa (38%) dan manufaktur 38% (lampiran grafik 2). Indikator aspek planet diukur berdasarkan seberapa baik program-program yang dilakukan oleh perusahaan bagi pelestarian lingkungan. Jawaban responden menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki sarana pengelolaan dampak lingkungan dan telah melakukan program-program yang berdampak positif bagi pelestarian lingkungan. Semua responden dalam penelitian ini menjawab bahwa dampak negatif akibat proses produksi perusahaan relatif kecil bagi lingkungan dan masih dapat dikendalikan.

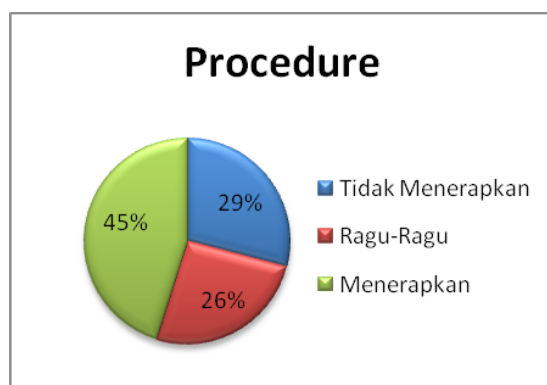


Figur 5.3

Aspek People Dalam Pelaksanaan CSR

Dari aspek *people* sebanyak 78% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek *people*. Sebagian besar responden yang menyatakan menerapkan CSR dalam aspek *people* adalah dari perusahaan jasa (46%), sedangkan dari perusahaan manufaktur 29%, perusahaan dagang 21% dan lainnya 4% (lampiran grafik 2). Tiga persen (3%) responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek *people* dan 19% persen menyatakan ragu-ragu. Indikator aspek *people* mengukur seberapa tinggi dampak program perusahaan bagi para stakeholder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 93,55% responden menyatakan bahwa

perusahaan memiliki program CSR yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat. Seluruh responden menyatakan bahwa perusahaannya telah melakukan perlindungan terhadap hak-hak karyawan. Namun ada hal yang perlu mendapat sedikit perhatian yaitu pelayanan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Hanya 64,52% responden yang menyatakan bahwa hal tersebut dilakukan oleh perusahaannya (lampiran grafik 1).



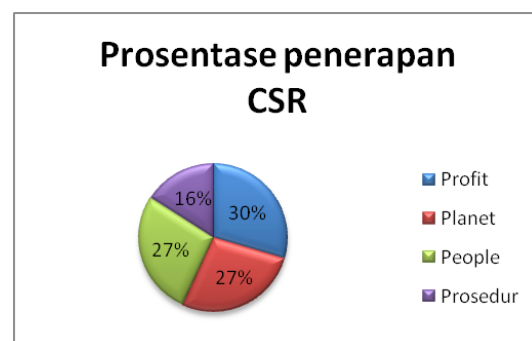
Figur 5.4

Aspek Prosedur Dalam Pelaksanaan CSR

Dari aspek prosedur sebanyak 45% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek prosedur, 29% responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek prosedur dan 26% persen menyatakan ragu-ragu. Dari aspek prosedur, ternyata 71 % berasal dari perusahaan jasa, sedangkan 21% dari perusahaan manufaktur dan 7% berasal dari perusahaan dagang (lampiran grafik 2). Jawaban responden menunjukkan bahwa hanya 45% yang menjawab bahwa perusahaannya telah bermitra dengan lembaga lain dalam pelaksanaan program CSR dan hanya 29% yang menyatakan bahwa program CSR di perusahaannya telah melibatkan ahli-ahli yang profesional di bidangnya. Hal ini kemungkinan karena

perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah perusahaan keluarga yang mempunyai omset kurang dari Rp 250.000.000 per tahun dan kepemilikan modalnya dimiliki oleh keluarga tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan menerapkan CSR baik dari aspek profit, planet, people, maupun aspek prosedur berasal dari perusahaan jasa. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Susilawati dan Trihardjanti (2010) yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penekanan terhadap aspek sosial antara manajer perusahaan manufaktur dengan manajer perusahaan jasa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa manajer perusahaan jasa mempunyai persepsi yang lebih tinggi mengenai pentingnya aspek sosial dalam menentukan keefektifan organisasi dibandingkan dengan manajer perusahaan manufaktur. Hal ini disebabkan karena perusahaan jasa menekankan kontak personal dengan konsumennya. Hal tersebut mendorong perusahaan jasa untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan aspek sosial lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan manufaktur.



Figur 5.5

Prosentase penerapan CSR

Figur 5.5 menunjukkan bahwa dari keempat aspek CSR, aspek profit adalah aspek yang paling diterapkan oleh perusahaan (30%), sedangkan aspek prosedur adalah aspek terendah yang diterapkan perusahaan (16%). Hal ini menunjukkan bahwa secara finansial perusahaan telah memberikan perhatian pada program-program CSR dengan menyisihkan sebagian laba untuk pelaksanaan program CSR dan telah menganggarkan kegiatan tersebut. Namun secara prosedur, hanya sedikit perusahaan yang telah mengelola kegiatan CSR nya dengan baik. Hal ini kemungkinan karena perusahaan-perusahaan dalam penelitian ini tidak mempunyai dampak langsung terhadap lingkungan sehingga tekanan dari stakeholder juga tidak ada. Oleh karena itu perusahaan tidak terlalu dituntut untuk mengelola kegiatan CSR nya dengan pengawasan yang ketat. Perusahaan tidak merasa perlu bermitra dengan pihak ketiga seperti LSM, perguruan tinggi, dan tidak perlu melibatkan ahli-ahli yang profesional.

Dari hasil survei terkait dengan alasan perusahaan melakukan CSR, 40% responden menyatakan alasan menerapkan CSR karena menerapkan bisnis yang menjalankan etika perusahaan, 27% responden karena mematuhi aturan yang berlaku di masyarakat, 20% responden karena bisnis yang dijalankan memiliki dampak langsung terhadap masyarakat, dan sisanya sebanyak 13% dengan tujuan membangun *image* di masyarakat.

PENUTUP / SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan:

1. Perusahaan keluarga di Semarang telah menerapkan CSR baik dari aspek profit,

planet, people, maupun aspek prosedur. Terbukti perusahaan-perusahaan sudah menyisihkan sebagian laba untuk CSR. Perusahaan juga sudah melakukan program-program yang berdampak positif bagi lingkungannya, dan telah mempunyai kebijakan yang melindungi hak-hak karyawan. Namun dari segi pelaksanaannya belum termonitor dengan baik karena belum melibatkan pihak ketiga.

2. Alasan perusahaan menerapkan CSR beragam. Sebagian besar melakukan CSR karena menerapkan bisnis yang menjalankan etika.

Implikasi penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pembuatan kebijakan bagi regulator dalam hal ini pemerintah daerah untuk menyusun aktivitas apa saja yang dapat diwajibkan bagi perusahaan agar melakukan dan melaporkan aktivitas CSR terutama pada perusahaan keluarga. Harapannya adalah terciptanya keharmonisan antara perusahaan, lingkungan dan para stakeholder dalam rangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah sampel yang digunakan masih kecil sehingga agak sulit untuk digeneralisasi. Sehingga saran untuk penelitian selanjutnya agar menambah jumlah sampel. Selain itu, dapat digunakan untuk penelitian di daerah lain.

Daftar Pustaka

Anggraini, Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan

- Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang, 23-26 Agustus
- Cooper, D.R, dan C.W., Emory. 1996. *Business Research Meyhods*, 5th edition. Richard D. Irwin, Inc., USA.
- Dellaportas dkk, 2005. *Ethics, Governance & Accounting. A Professional Perspective*. John Wiley & Sons
- Devi dan Hemant, 2009. *Advances In Management: Corporate Social Responsibility Perspectives of Small and Medium Enterprises*
- Gray dan J. Bebbington, 2001. *Accounting for the Environment*. Second Edition. Sage Publication
- Harahap, Sofyan Safri, 1988, *Sosio Economic Accounting (SEA): Menyoroti etika dan tanggung jawab sosial perusahaan*, Majalah Akuntansi No.3 bulan Maret
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip dan Nancy Lee, 2005, *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc
- Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang UU Perseroan Terbatas
- Utama, Sidharta, 2008, "Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia", di-download dari <http://www.ui.com/>
- Rees, Clifford, 2006, "Pencegahan Konflik dan Resolusi melalui CSR". *CSR Conference*. Jakarta 7-8 September. Di download dari <http://www.ima.com/>
- Suharto, Edi, 2010, "Menggagas Standar Audit Program CSR", *Auditor Internal*. Edisi 02. Tangerang: Sekretariat Jenderal Asosiasi Auditor Internal
- Stevia, Ariyani, 2008, "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) Terhadap Profitabilitas dan Reaksi Pasar: Studi Empiris Pada Emiten Manufaktur di BEI", Skripsi (tidak dipublikasikan), Program Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Sogijapranata Semarang
- Susilawati dan Trihardjanti, 2010. Analisis Perbedaan Persepsi Manajer Terhadap Peran CSR bagi Kinerja Organisasi. *Proceeding Seminar Nasional: Arah Kebijakan dan Peran Penelitian Ilmu Manajemen di Indonesia*. UII Yogyakarta
- Sembiring, Rismanda, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. **Simposium Nasional Akuntansi VIII**. Solo, 15-16 September
- World Commission on Environment and Development (WCED).1987. *Our Common Future*(*Report of the Brundtland Commission*). OUP.Oxford

PERNYATAAN / PENGHARGAAN

Peneliti menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada Pusat Pengkajian dan

Pengembangan Akuntansi (P3A) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata karena telah mendanai penelitian ini.

Meningkatkan Mutu Layanan Perguruan Tinggi Melalui Praktik Pengelolaan *Quality Work of Life* Karyawan

Ratna Widiastuti

Meily Margaretha

Universitas Kristen Maranatha

ratna_wid@yahoo.com

meily_margaretha@yahoo.com

Abstract

Giving the best quality service to the students is the purpose of many education institutions. One of the factors that support the service is employees who work in the organization, which are lecturer and employee support system. Therefore, employees should be motivated in order to improve their performance. Quality work of life is a concept that supports the quality work of the employee in the organization. This concept tries to improve employees' dignity and self esteem. The important role of quality work of life is to change the work climate of the organization in order create a better work of life. The purpose of this paper is to give a conceptual review of quality work life with its practices in organization, such as financial compensation, carrier opportunity, and job characteristics.

Keywords: *higher education, service quality, quality work of life*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki fungsi diantaranya memberikan layanan pembelajaran yang bermutu kepada mahasiswa (Duderstadt, 2003). Hal ini sejalan dengan visi Kemendiknas 2014: "Terselenggaranya Layanan Prima Pendidikan Nasional untuk Membentuk Insan Indonesia Cerdas Komprehensif", yang dilengkapi dengan motto "Melayani Semua dengan Amanah" (Renstra Kemendiknas 2010-2014, 2010).

Layanan pembelajaran yang bermutu mempunyai makna bahwa mahasiswa memperoleh kepuasan selama mengikuti perkualiahannya, memperoleh nilai tambah bagi dirinya sehingga dari keberhasilannya mampu membantu dirinya menjadi

hidup lebih sejahtera, dengan demikian mahasiswa pun mampu berkontribusi terhadap daya saing bangsa (Widiastuti, 2011).

Perguruan tinggi yang bermutu adalah perguruan tinggi yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa, mahasiswa dalam hal ini boleh dikata sebagai *primary customer*. Sallis juga menegaskan bahwa perguruan tinggi harus memberikan pelayanan/*service* sesuai dengan apa yang diinginkan oleh mahasiswa (Sallis, 2006).

Layanan pembelajaran yang diselenggarakan perguruan tinggi terhadap mahasiswa dalam rangka membentuk insan yang cerdas ditangani secara

langsung oleh para dosen dan layanan dari tenaga kependidikan, dan tentu saja dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang bersifat akademik maupun fasilitas non akademik. Dengan demikian ujung tombak penyelenggaraan layanan perguruan tinggi kepada mahasiswa terletak pada karyawan, yaitu dosen dan tenaga kependidikan. Karyawan inilah yang sehari-harinya berhubungan langsung dengan mahasiswa.

Sebagai ujung tombak bagi perguruan tinggi, karyawan memiliki andil besar terhadap kebermutuan layanan perguruan tinggi, oleh sebab itu mereka perlu dikelola dengan seksama, mereka secara berkelanjutan perlu diarahkan dan didukung untuk mengembangkan diri agar dapat selalu memberikan layanannya yang terbaik. Kinerja karyawan yang bermutu adalah kinerja yang dapat memenuhi tuntutan kebutuhan mahasiswa yang dari tahun ke tahun akan terus berubah, di mana perubahan kebutuhan diketahui bergerak mengglobal.

Layanan pendidikan yang bermutu dari perguruan tinggi menuntut karyawan bekerja secara prima. Tuntutan karyawan bekerja secara prima perlu pertimbangan terhadap kehidupan karyawan secara utuh. Artinya bahwa seseorang akan bekerja dengan bersemangat apabila kehidupan sehari-harinya tercukupi dan memiliki masa depan yang cerah, sehingga tidak ada kekhawatiran, dengan begitu orang dapat bekerja dengan aman dan nyaman secara berkelanjutan. Kalau kehidupan seseorang bermutu diharapkan mutu kinerjanya pun menjadi bermutu pula.

Keterkaitan antara kehidupan karyawan dengan kinerja karyawan sangat erat,

sehingga agar kinerja karyawan bermutu secara berkelanjutan diperlukan taraf kehidupan karyawan yang layak. Untuk itu perguruan tinggi perlu memikirkan dan memberikan secara nyata berbagai kebutuhan yang dibutuhkan karyawan. Adapun kebutuhan karyawan pada umumnya dapat diinventarisir antara lain: pengakuan, kepercayaan, perlakuan yang adil.

TANTANGAN PERGURUAN TINGGI

Karyawan seringkali mengeluhkan bahwa kontraprestasi yang diterima tidak mencukupi kebutuhannya, sehingga untuk memperoleh tambahan mereka mencari kerja paruh waktu ditempat lain. Seringkali kerja paruh waktu yang mereka lakukan mengambil waktu kerja dimana mereka bertugas secara penuh, sehingga menimbulkan permasalahan, baik secara administratif maupun secara akademis. Karyawan menjadi tidak fokus dalam pekerjaan pokok mereka.

Secara administratif karyawan yang mendua dalam bekerja sebenarnya menjadi risau karena mereka meninggalkan tempat kerja yang biasanya dilakukan secara diam-diam. Dan ini akan berdampak secara akademis, salah satu contohnya karyawan tidak dapat berkonsentrasi pada pekerjaannya sehingga ada waktu yang hilang yang sebenarnya dapat digunakan untuk persiapan dan mengembangkan diri guna menyesuaikan kebutuhan yang selalu berubah.

Untuk menangani permasalahan seperti ini maka pihak perguruan tinggi dapat memulainya dengan memperbaiki harkat

hidup karyawan melalui memanusiawikan dan menghormati harga diri karyawan. Perbaikan harkat hidup manusia pada umumnya dan khususnya karyawan dapat dilakukan dengan menerapkan konsep *Quality Work of Life (QWL)* di lingkungan Perguruan Tinggi. Artikel ini mencoba menjelaskan secara konseptual praktik *Quality Work of Life (QWL)* di organisasi.

KONSEP *QUALITY WORK OF LIFE* SERTA PRAKTIKNYA DI ORGANISASI

Kualitas kehidupan kerja merupakan masalah utama yang patut mendapat perhatian organisasi. Hal ini merujuk pada pemikiran bahwa kualitas kehidupan kerja dipandang mampu untuk meningkatkan peran serta dan sumbangan para anggota atau karyawan terhadap organisasi.

Konsep *Quality work of life (QWL)* ini telah muncul sejak lebih dari 25 tahun yang lalu. Sekitar tahun 1969-1974 para praktisi, peneliti pemimpin serikat buruh mulai tertarik pada masalah bagaimana cara mempengaruhi pengalaman-pengalaman *on the job training* para pekerja. Hal ini disebabkan semakin berkembangnya keprihatinan terhadap efek-efek kesehatan, kesejahteraan, dan kepuasan kerja karyawan di Amerika dan kelompok kerja otonom di Eropa baru pada tahun 1979, perhatian terhadap QWL mulai meningkat lagi (Anatan & Ellitan, 2007). Dimasa sekarang, para pemimpin organisasi serta orang-orang di dalamnya berusaha memahami mengenai konsep QWL dan penggunaan konsep ini untuk memperbaiki kualitas kehidupan kerja anggota organisasi. Kualitas kehidupan kerja tidak hanya dibatasi pada perubahan

konteks suatu pekerjaan, tetapi juga termasuk memanusiakan karyawan di tempat kerja serta memperbaiki harkat dan harga diri mereka.

QWL yang tinggi diartikan sebagai usaha yang sistematis dari organisasi untuk memberikan kesempatan yang bagus bagi karyawan untuk mempengaruhi pekerjaan mereka dan kesempatan untuk berkontribusi terhadap efektivitas organisasi secara keseluruhan. Perusahaan yang memiliki QWL adalah perusahaan yang memiliki supervisi yang bagus, kondisi kerja yang baik, penggajian dan pemberian manfaat yang memuaskan, serta membuat pekerjaan menarik, menantang serta penuh *reward*. Elemen-elemen dari program QWL itu sendiri misalnya keterbukaan komunikasi, sistem *reward* yang adil, perhatian kepada *job-security* karyawan, dan membuka partisipasi dalam *job-design*/rancangan pekerjaan (Davis dan Newstrom, 1989; dalam, Atmoko, 2010).

Sebuah kualitas kehidupan kerja yang baik adalah hal yang sangat penting dan mendasar di dalam perusahaan untuk menarik dan mempertahankan para karyawan atau pekerjanya. Sehingga banyak manajer perusahaan yang berusaha untuk mengurangi ketidakpuasan kualitas kehidupan kerja para karyawannya (Saraji & Dargahi, 2006). Tujuan dasar dari QWL ini adalah untuk mengembangkan lingkungan kerja yang sebaik mungkin bagi semua anggota organisasi guna mendukung kesehatan ekonomi perusahaan ((Davis dan Newstrom, 1989; dalam, Atmoko, 2010). Kualitas kehidupan kerja merupakan suatu kondisi kerja sebagai hasil dari interaksi antara individu dan pekerjaannya

sehingga membuat pekerja lebih produktif dan memberi kepuasan kerja. Kualitas kehidupan kerja menurut Dessler (1986; dalam Husnawati, 2006) adalah keadaan dimana para pegawai dapat memenuhi kebutuhan mereka yang penting dengan bekerja dalam organisasi, dan kemampuan untuk melakukan hal itu bergantung pada apakah terdapat adanya:

1. Perlakuan yang *fair*, adil, dan suportif terhadap para pegawai.
2. Kesempatan bagi tiap pegawai untuk menggunakan kemampuan secara penuh.
3. Kesempatan untuk mewujudkan diri, yaitu untuk menjadi orang yang mereka rasa mampu mewujudkannya.
4. Kesempatan bagi semua pegawai untuk berperan secara aktif dalam pengambilan keputusan-keputusan penting yang melibatkan pekerjaan mereka.

Pendekatan kualitas kehidupan kerja berupaya memenuhi kebutuhan yang dirasakan penting bagi karyawan dengan memberikan perlakuan yang *fair*, adil, dan suportif; memberikan kesempatan bagi tiap pegawai untuk menggunakan kemampuan secara penuh; memberikan kesempatan untuk mewujudkan diri dan memberikan kesempatan untuk berperan aktif dalam pengambilan keputusan-keputusan penting yang melibatkan pekerjaan mereka. Dengan demikian pendekatan ini berusaha untuk lebih mendayagunakan keterlampaian dan kemampuan karyawan serta menyediakan lingkungan yang mendorong mereka untuk meningkatkan keterlampaian dan kemampuannya. Gagasannya adalah bahwa karyawan merupakan sumber daya manusia yang perlu dikembangkan, bukan sekedar digunakan.

Kualitas kehidupan kerja atau *Quality of Work Life* (QWL) merupakan salah satu bentuk filsafat yang diterapkan manajemen dalam mengelola organisasi pada umumnya dan sumber daya manusia pada khususnya. Sebagai filsafat, kualitas kehidupan kerja merupakan cara pandang manajemen tentang manusia, pekerja dan organisasi. Unsur-unsur pokok dalam filsafat tersebut ialah: kepedulian manajemen tentang dampak pekerjaan pada manusia, efektifitas organisasi serta pentingnya para karyawan dalam pemecahan keputusan terutama yang menyangkut pekerjaan, karier, penghasilan dan nasib mereka dalam pekerjaan.

Ada dua pandangan mengenai maksud dari kualitas kehidupan kerja. Pandangan pertama mengatakan bahwa kualitas kehidupan kerja adalah sejumlah keadaan dan praktek dari tujuan organisasi. Contohnya: perkayaan kerja, penyeliaan yang demokratis, keterlibatan pekerja dan kondisi kerja yang aman. Sementara yang lainnya menyatakan bahwa kualitas kehidupan kerja adalah persepsi-persepsi karyawan bahwa mereka ingin merasa aman, secara relatif merasa puas dan mendapat kesempatan mampu tumbuh dan berkembang selayaknya manusia. Konsep kualitas kehidupan kerja mengungkapkan pentingnya penghargaan terhadap manusia dalam lingkungan kerjanya. Dengan demikian peran penting dari kualitas kerja adalah mengubah iklim kerja agar organisasi secara teknis dan manusiawi membawa kepada kualitas kehidupan kerja yang lebih baik.

Dalam manajemen SDM, QWL dikaitkan dengan produktivitas (Werther & Davis, 1996; Cascio, 2003; DeCenso & Robbins,

1994, dalam Riady, 2009), dan hubungan kerja dalam organisasi (Werther & Davis, 1996; Hodgetts, 1999; Rivai, 2004b, dalam Riady, 2009). Lebih lanjut, Gomez-Mejia dkk mengaitkan QWL dengan upaya untuk memenuhi tantangan SDM terkini serta perancangan kerja, da Walker (1992; dalam Riady, 2009) menghubungkan QWL dengan pengelolaan budaya dan perilaku. Cascio (2003) menjelaskan QWL kepada persepsi karyawan terhadap kesejahteraan fisik dan psikologis mereka dalam bekerja serta mengasosiasikan QWL dengan partisipasi karyawan, pengembangan karir, resolusi konflik, komunikasi, kesehatan, *job security*, lingkungan yang aman, kompensasi yang adil dan kebanggaan. Sedangkan QWL menurut Werther & Davis (1996; dalam Riady, 2009) berarti memperoleh supervisi yang baik, kondisi kerja yang baik, kesejahteraan yang baik dan pekerjaan yang menarik serta menantang dan berharga. Konsep QWL akan berkerja dengan baik apabila perusahaan berada dalam tahap tumbuh dan dewasa dalam siklus hidupnya atau ketika perusahaan dalam keadaan sehat.

Menurut Werther & Davis (1996; dalam Riady, 2009), peningkatan QWL dapat dilakukan melalui keterlibatan karyawan, intervensi pemberdayaan dan praktik hubungan kerja. (1) Keterlibatan kerja dapat dilakukan dengan berbagai metode sistematis, yang memberdayakan karyawan untuk berpartisipasi dalam keputusan yang mempengaruhi mereka dan hubungan mereka dengan pekerjaan serta organisasi, sehingga melalui keterlibatan ini karyawan merasakan tanggung jawab atas keputusan-keputusan dengan partisipasi mereka. (2) Untuk memberdayakan karyawan dan

meningkatkan QWL perusahaan dapat melakukan intervensi seperti gugus mutu, yaitu kelompok kecil karyawan yang bertemu secara teratur dengan seorang pemimpin umum untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang terkait dengan pekerjaan; kelompok kerja otonom, yaitu tim kerja tanpa pemimpin formal yang ditunjuk perusahaan, yang mengambil alih banyak keputusan secara tradisioanl ditangani supervisor. (3) Hubungan kerja yang kokoh dan harmonis membutuhkan perhatian yang cermat dan kontinyu terhadap komunikasi organisasi, konseling karyawan dan disiplin. Dukungan manajemen puncak muncul sebagai prasyarat paling umum bagi setiap upaya hubungan kerja yang mencari peningkatan QWL karyawan (Husnawati, 2006).

Sedangkan Riady (2007) mengoperasionalisasikan QWL melalui beberapa praktik yaitu:

- **Kompensasi Finansial berorientasi QWL**

Kompensasi finansial merupakan semua bentuk imbalan finansial yang diperoleh karyawan sebagai balas jasa perusahaan atas pekerjaannya (Dessler, 2003). Dasar penentuan pembayaran kompensasi dan cara pengelolaannya dapat berpengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan serta pencapaian tujuan organisasi (Bohlander & Snell, 2004). Prinsip kompensasi yang berasosiasi pada QWL menghendaki beberapa nilai inti spesifik: proses yang tepat, penghargaan yang adil, tingkat gaji yang kompetitif dengan bisnis serupa, dan penekanan pada menghargai pertumbuhan individual serta pengembangan keterampilan (Moorhead & Griffin, 1999; dalam Riady, 2009). Cascio,

1995; dalam Riady, 2009) mengajukan tiga dimensi yang dapat digunakan untuk menilai keadilan dalam kompensasi yaitu: keadilan internal (nilai relatif tiap pekerjaan dalam organisasi), keadilan eksternal (nilai kompetitif pasar), keadilan individual (nilai relative dengan pekerjaan yang sama). Jadi dimensi-dimensi kompensasi finansial yang berorientasi QWL adalah:

1. Keadilan (internal dan eksternal)
2. Pemenuhan kebutuhan (kecukupan dan kelengkapan)
3. Motivasional (berbasis kinerja)
4. Administratif (kejelasan, konsistensi, kemudahan)

• **Peluang Karier Berorientasi QWL**

Peluang untuk maju dalam karier bagi karyawan berkaitan dengan kesempatan yang diberikan kepada karyawan untuk bertumbuh dan berkembang melalui perencanaan dan pengembangan karier, yang termasuk didalamnya program-program pelatihan dan pengembangan yang difasilitasi perusahaan. Program perencanaan karier membantu karyawan sadar karier dan memilih jalur karir yang sesuai dengan minat dan kemampuannya serta yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Oleh karenanya, karyawan memerlukan informasi rencana strategis SDM dan jalur karier dalam organisasi serta bagaimana manajemen memandang kinerja mereka (Bohlander & Snell, 2004). Dimensi-dimensi peluang untuk maju yang berorientasi QWL adalah:

1. Dukungan organisasi (pendidikan karier, konseling, mentoring, umpan-balik kinerja, informasi karier)
2. Kesempatan (kesamaan dan obyektifitas)
3. Pelatihan yang relevan

4. Kejelasan (jalur karier, kriteria promosi, prosedur promosi, rencana SDM, informasi jabatan, program pelatihan)

• **Lingkungan Kerja Berorientasi QWL**

Lingkungan kerja haruslah dapat menciptakan kenyamanan kerja bagi karyawan. Faktor-faktor yang berkaitan dengan kesehatan, keselamatan, dan keamanan kerja harus mendapat perhatian khusus (Mathis & Jackson, 2003). Kesehatan dan keselamatan kerja yang kurang terlindungi bisa menimbulkan kecelakaan kerja, penyakit, kehidupan kerja berkualitas rendah, stress dan kelelahan kerja (Rivai, 2004). Ehlert (2000) menyebutkan beberapa faktor yang dapat membantu karyawan untuk menyeimbangkan kehidupan kerja dan keluarga mereka agar terpenuhi tuntutan keluarga dan kebutuhan sosial, yaitu: jadwal kerja yang fleksibel, *telecommute*, cuti untuk kebutuhan khusus, cuti untuk mendorong peningkatan produktivitas.

Sedangkan Moorhead & Griffin (1999), Mathis & Jackson (2003), dan Luthans (2002) memberikan alternatif pengaturan kerja berupa: minggu kerja yang dipadatkan, jadwal kerja yang fleksibel, *telecommuting*, *job sharing*. Jam kerja fleksibel berarti menetapkan secara bersama jam dan hari inti setiap karyawan harus bekerja sehingga karyawan memiliki fleksibilitas kapan datang dan pulang. *Telecommute* mengkombinasikan hari-hari bekerja di kantor dan di rumah (dipermudah dengan teknologi informasi dan telekomunikasi). Cuti untuk kebutuhan khusus, misalkan 3 jam seminggu khusus untuk keperluan pribadi. Dalam *job sharing*, dua pekerja

paruh waktu berbagi satu pekerjaan penuh waktu. Dimensi-dimensi lingkungan kerja yang berorientasi QWL:

1. Kondisi kerja (keamanan, kenyamanan, kesehatan, waktu kerja)
2. Relasi kerja (dengan pelanggan, atasan, rekan kerja, dan bawahan)
3. Fasilitas kerja (peralatan dan perlengkapan)

• Karakteristik Pekerjaan Berorientasi QWL

Pekerjaan merupakan penghubung antara organisasi dan SDM-nya. Pekerjaan harus memberikan QWL yang tinggi dan dicapai melalui pekerjaan yang terancang baik sehingga organisasi dan karyawannya menerima keuntungan bersama. Hackman & Oldham (1980; dalam Rivai, 2009) memberikan suatu kerangka kerja yang digunakan untuk merancang pekerjaan, modelnya disebut *The Job Characteristics Model*. Kontribusi model ini telah didukung oleh banyak peneliti (George & Jones, 1996; dalam Rivai, 2009). Ketika karyawan menanggapi secara positif terhadap pekerjaan yang mereka anggap berarti (*meaningful*) dan bernilai (*valuable*), mereka akan merasa secara pribadi bertanggung jawab terhadap hasil kerja serta secara terus menerus mengetahui seberapa baik kinerja. Lima karakteristik kerja yang ada di *The Job Characteristics Model* yaitu:

1. Variasi keterampilan (*Skill variety*): aktivitas berbeda diperlukan untuk menangani pekerjaan yang melibatkan berbagai keterampilan dan bakat sehingga menghindari kebosanan dan kesalahan akibat jenuh.
2. Identitas tugas (*Task identity*): pekerja menyelesaikan keseluruhan dan

potongan teridentifikasi dari kerja sehingga merasa berhak atas hasil kerja.

3. Signifikansi tugas (*Task significance*): pekerja meyakini pekerjaannya penting bagi orang lain di dalam maupun di luar organisasi, membuat pekerjaan menjadi lebih bermakna bagi pemegangnya.
4. Otonomi (*Autonomy*): pekerja mempunyai kemerdekaan, kebebasan dan kebijaksanaan dalam perencanaan dan pelaksanaan kerja
5. Umpan balik (*Feedback*): hasil kegiatan kerja dapat menginformasikan secara jelas dan langsung keefektifan dari kinerja pekerja.

Konsep QWL menyarankan pekerjaan yang memotivasi secara intrinsik, dan hal tersebut didapatkan ketika pekerjaan tinggi akan keragaman keterampilan, identitas tugas, signifikansi tugas, otonomi, dan umpan balik. Dimensi-dimensi inti karakteristik pekerjaan yang berorientasi QWL adalah:

1. Variasi (jenis tugas dan keahlian)
2. Identitas tugas (kejelasan output kerja)
3. Signifikansi tugas (kepentingan dan kebanggaan)
4. Otonomi (ketergantungan dan kewenangan dalam siklus pekerjaan)
5. Umpan balik (kinerja proses dan output)

• Nilai-Nilai Organisasi Berorientasi QWL

Nilai-nilai organisasi harus dibangun guna mendukung terciptanya kehidupan kerja yang berkualitas. Nilai organisasi adalah sebuah pola dari nilai dan keyakinan bersama yang memberikan arti dan aturan untuk perilaku bagi anggota organisasi (Mathis & Jackson, 2003). Individu

akan lebih nyaman berada dalam suatu lingkungan yang konsisten dengan nilai yang dianutnya. Menurut Dessler (dalam Luthans, 2002) organisasi yang berorientasi pada QWL adalah organisasi yang meletakkan nilai-nilai “terutama orang” (*people-first values*). Robbins (2001) menyatakan sedikitnya ada empat praktik dapat kita temukan dalam organisasi “terutama orang”, yaitu menghargai keragaman budaya, kekeluargaan, investasi pelatihan karyawan, dan memberdayakan karyawan. Dimensi-dimensi nilai-nilai organisasi yang berorientasi QWL adalah:

1. Visi/misi perusahaan (kejelasan dan kesesuaian diri)
2. Pengakuan
3. Kesesuaian nilai (dengan diri dan lingkungan)
4. Nilai-nilai “terutama orang” yaitu:
 - (a) keragaman, (b) kekeluargaan, (c) pengembangan, (d) kesejahteraan, dan (e) pemberdayaan karyawan (partisipasi, saling percaya, fleksibilitas, orientasi tim, pembelajaran)

• **Kepemimpinan Berorientasi QWL**

Kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang berkontribusi pada penciptaan QWL. Kepemimpinan yang hebat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, kerja yang menantang, pengakuan dan penghargaan (*respect*). Kepemimpinan yang berorientasi QWL adalah yang mendukung keterlibatan dan pemberdayaan karyawan. Melalui pemberdayaan karyawan diyakini dapat menggunakan lebih banyak bakat kreatifnya, membuat keputusan dan menerima tanggung jawab yang lebih besar (Bright, 2000). Kepemimpinan yang partisipatif, komunikasi, delegatif dan suportif merupakan perilaku yang

relevan dengan QWL (dalam Riady, 2009). Dimensi-dimensi kepemimpinan berorientasi QWL adalah:

1. Komitmen
2. Kompetensi
3. Pemberdayaan

PENENTU KEBERHASILAN

QUALITY WORK OF LIFE

QWL sangat menjadi perhatian bagi perusahaan dan pekerjanya. Pentingnya QWL bagi perusahaan perusahaan adalah untuk menarik dan mempertahankan pekerja yang berkualitas untuk bekerja ke dalam sebuah perusahaan tersebut. Selain itu untuk meningkatkan loyalitas para pekerja untuk mengabdikan kepada perusahaan, bekerja dengan aman dan menyenangkan sehingga mempengaruhi iklim kerja yang bagus yang akan berimbas pada efektivitas dan produktivitas.

Para pekerja menjadi termotivasi untuk melakukan inovasi dan melakukan kreativitas. Bagi pekerja sendiri penerepan prinsip-prinsip yang memperhatikan sisi QWL di tempat kerja dapat memberikan beberapa keuntungan seperti terjaminnya kesejahteraan mereka, memiliki iklim dan kondisi bekerja yang baik dan pada akhirnya membawa dampak psikologis pada pribadi di setiap karyawan itu sendiri. Lebih lanjut Nadler dan Lawler (1983; dalam Anatan & Ellitan, 2007) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan proyek-proyek QWL, yaitu:

- Persepsi kebutuhan
- Berfokus pada masalah yang penting dalam organisasi
- Memiliki struktur untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah

- Sistem imbalan didisain dengan baik sesuai tuntutan yang ada
 - Berbagai sistem dan nilai-nilai yang ada di dalam organisasi
 - Keterlibatan seluruh anggota organisasi
- Ditambahkan lagi oleh Wayne (1992; dalam Anatan & Ellitan, 2007) bahwa usaha-usaha untuk menciptakan keberhasilan QWL memerlukan:

1. Seorang manajer yang sekaligus menjadi pemimpin dan pelatih bukan bos dan diktator
2. Keterbukaan dan kepercayaan sehingga tidak muncul usaha memecah belah karyawan dan usaha-usaha menentang manajemen
3. Adanya sistem informasi yang baik, artinya informasi yang dibuat manajemen sebaiknya disampaikan secara benar dan akurat. Saran-saran yang disampaikan oleh karyawan sebaiknya ditanggapi secara serius.
4. QWL hendaknya diperbaiki secara kontinyu dan melangkah dari pemecahan masalah menuju persekutuan yang nyata antara pihak manajemen dan pekerja.
5. QWL tidak bisa didelegasikan sepihak oleh manajer.

Praktik QWL akan berhasil jika semua pihak yang terlibat sungguh-sungguh merasakan bahwa ada tantangan dan peluang dalam organisasi.

PENUTUP / SIMPULAN

Mutu Layanan pembelajaran perguruan tinggi terhadap mahasiswa salah satunya dicapai melalui kualitas kerja para dosen dan layanan dari tenaga kependidikan. Oleh sebabnya, karyawan perlu dikelola dengan berkualitas berkelanjutan serta didukung untuk mengembangkan diri

agar dapat selalu memberikan layanannya yang terbaik. Konsep *quality work of life* digunakan untuk memperbaiki kualitas kehidupan kerja anggota organisasi. Kualitas kehidupan kerja tidak hanya dibatasi pada perubahan konteks suatu pekerjaan, tetapi juga termasuk memanusiakan karyawan di tempat kerja serta memperbaiki harkat dan harga diri mereka.

Kualitas kehidupan kerja mengungkapkan pentingnya penghargaan terhadap manusia dalam lingkungan kerjanya. Dengan demikian peran penting dari kualitas kerja adalah mengubah iklim kerja agar organisasi secara teknis dan manusiawi membawa kepada kualitas kehidupan kerja yang lebih baik. Riady (2007) mengoperasionalkan *quality work of life* melalui beberapa praktik yaitu:

- Kompensasi Finansial berorientasi QWL
- Peluang Karier Berorientasi QWL
- Lingkungan Kerja Berorientasi QWL
- Karakteristik Pekerjaan Berorientasi QWL
- Nilai-Nilai Organisasi Berorientasi QWL
- Kepemimpinan Berorientasi QWL

Daftar Pustaka

Anatan, L & Ellitan, L. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam bisnis Modern*. Alfabeta: Bandung

Atmoko, D.D (2010). *Sekelumit tentang Quality Work of Life*.

Bohlander, G & Snell, S. (2004). *Managing Human Resource, 13th ed.*, Thomson South-Western, UAS

- Cascio, W.F. (1995). *Managing Human Resources: Productivity, Quality of Work Life, Profit 6th*, McGraw-Hill
- Dessler, G. (2003). *Human Resource Management*, 9th ed., Prentice Hall, USA
- Duderstadt, J.J. (2003). *A university for the 21st century*. The University of Michigan Press
- Ehlert, D. (2000). Love 'Em or Lose 'Em: Secret of Employee Retention, *Paperboard Packaging*, Vol. 85 Issues 6, 4, 42-45
- Husnawati, A.(2006). Analisis pengaruh kualitas kehidupan kerja terhadap kinerja karyawan dengan komitmen dan kepuasan kerja sebagai intervening variabel. [online]. Tersedia: <http://eprints.undip.ac.id/15378/1/AriHusnawati.pdf> (di akses tanggal 14 November 2012)
- Luthans, F. (2002). *Organizational Behavior*, 9th ed. Mc-Graw-Hill, Singapore
- Mathis, R.L & Jackson, J.H. (2003). *Human Resource Management*, 10th ed. Thomson South-Western, UAS
- Moorhead, G & Griffin, R.W. (1999). *Organizational Behavior: Managing People And Organization*, 5th ed., A.I.T.B.S., Delhi
- Renstra Kemendiknas 2010-2014, 2010
- Riady, H. (2007). Peranan Kualitas Kehidupan Kerja Dalam Membangun Komitmen Keorganisasian: Studi pada Bank Milik Negara di Jakarta, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEBI) FE UGM*, Vol.2 No.2, 21, 215-235
- Riady, H. (2009). Meningkatkan Komitmen Karyawan Atas Organisasi Melalui Pengelolaan "Quality Work Of Life". *Journal of Human Capital*, Vol.1 (2).
- Rivai, V (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Robbins, S. P. (2001). *Organizational Behavior*, 9th ed. Prentice Hall: New Jersey
- Sallis, E. (2006). *Total Quality Management in Education*. (alih bahasa: Ahmad Ali Riyadi & Fahrurrozi), IRCiSoD: Jogjakarta
- Saraji, G. N. & Dargahi, H. (2006). Study of Quality of Work Life (QWL). *Iranian J Publ Health*, Vol. 35, No. 4, pp.8-14.
- Widiastuti, R. (2011). Mutu Pelayanan Perguruan Tinggi, Studi Pengembangan Mutu Perguruan Tinggi dilihat dari Perspektif Mahasiswa, Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia

Pengaruh Fungsi Mentoring dan Partisipasi Dalam Penetapan Tujuan Terhadap Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor: Peran Keadilan Organisasi Sebagai Variabel Mediasi

Rispantyo

Rahmawati

Universitas Sebelas Maret Surakarta

rispantyo@yahoo.co.id

Email: rahmaw2005@yahoo.com

Abstract

Mentoring in the Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) is an important program in an effort to carry out its role supporting the accountability of the President through the Capacity Building, Current Issues, Clearing House, and Check and Balance. Drawing on goal setting, socialization, and organizational justice theories, a model of the mediating role of organizational justice perceptions was developed and tested with path analysis. This paper investigates the perceptions of distributive and procedural justice as a mediation between the effects of mentoring functions and participation in goal setting on quality of supervisor-auditor relationship. The sample included 41 government auditor in BPKP Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). The analysis showed that distributive justice as a mediation between the effect of mentoring function on quality of supervisor-auditor relationship, but not for procedural justice. The results of this study also found evidence that distributive justice as a mediation between the effect of participation in goal setting on quality of supervisor-auditor relationship, but not for procedural justice. The paper finds that if mentoring goes well, it is directly or indirectly to improve the quality of supervisor-auditor relationship, through distributive justice. The paper includes implications for developing effective mentoring programs for government auditor.

Key words: *mentoring, goal setting, distributive justice, procedural justice, supervisor-auditor relationships.*

PENDAHULUAN

Auditor pemerintah adalah auditor yang bertugas melakukan audit atas keuangan negara pada instansi-instansi pemerintah (Jusub, 2001: 17). Di Indonesia, audit ini dilaksanakan oleh Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP). Tugas BPKP dikelompokkan ke dalam empat kelompok, yaitu: (1) audit, (2)

konsultasi, asistensi dan evaluasi, (3) pemberantasan KKN, dan (4) pendidikan dan pelatihan pengawasan. Untuk melaksanakan tugas tersebut maka BPKP memfokuskan pada 4 PERAN BPKP dalam mendukung akuntabilitas Presiden yaitu *Capacity Building, Current Issues, Clearing House*, dan *Check and Balance*. Dengan demikian auditor BPKP

mempunyai peran yang strategis dalam mewujudkan akuntabilitas pelaporan keuangan negara. Akuntabilitas pelaporan keuangan negara masih bermasalah. Salah satu permasalahan adalah rendahnya penyerapan anggaran oleh Kementerian/Lembaga. Permasalahan lain adalah masih banyaknya laporan keuangan pemerintah pusat/daerah yang belum mendapat opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP), atau setidaknya Wajar Dengan Pengecualian (WDP) dari BPK-RI.

Data tahun 2011, dari 516 Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD), yang mendapat WTP baru 34 LKPD atau hanya 7%. Pada tingkat Laporan Keuangan Pemerintah Pusat (KLPP), Presiden SBY sudah menargetkan akan memperoleh opini WTP dari BPK-RI pada tahun 2012 (<http://www.bpkp.go.id/konten/419/Akuntabilitas-Pelaporan-Kuangan.bpkp>).

Pada sisi lain, akhir-akhir ini korupsi masih menjadi keprihatinan banyak pihak. Kondisi tersebut menandakan bahwa BPKP belum dapat sepenuhnya mampu melaksanakan 4 peran BPKP dalam mendukung akuntabilitas Presiden. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan atau belum tercapainya hasil yang diharapkan. Berdasarkan hal tersebut, kualitas auditor BPKP perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas auditor bisa dilakukan dengan mengefektifkan program mentoring (Pusat Pembinaan JFA BPKP, 2010; AECC dalam Miller *et al.*, 2011; IAI, 2011). Mentoring merupakan suatu proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan antara pihak supervisor dan auditor dalam suatu penugasan. Dengan demikian, maka timbul pertanyaan, bagaimanakah dampak

mentoring terhadap peningkatan kualitas hubungan supervisor-auditor di BPKP? Pada saat supervisor mengevaluasi kualitas auditor, maka kualitas hubungan antara supervisor dan auditor menjadi penting (Miller *et al.*, 2011). Untuk itu, perlu adanya penelitian yang dapat menyediakan data empiris tentang kualitas hubungan supervisor-auditor di BPKP.

Penelitian dengan tema *mentoring* telah banyak dilakukan. Kebanyakan peneliti mengaitkannya dengan *outcome mentoring*. *Mentoring* berpengaruh positif pada *job satisfaction*, komitmen organisasi ataupun intensitas keinginan berpindah (misalnya: Lo dan T. Ramayah, 2011, Godshalk dan Sosik, 2000; Bokeno dan Gantt, 2000; Viator, 2001; Dawley *et al.*, 2008; Landry dan Vandenberghe, 2009). Masih jarang penelitian dengan tema mentoring yang dikaitkan dengan kualitas hubungan supervisor-auditor.

Miller *et al.*, (2011) memunculkan model yang masih jarang diteliti, dengan menguji pengaruh tidak langsung antara *mentoring* dan kualitas hubungan supervisor dan auditor, melalui keadilan organisasi. Perubahan lingkungan yang dialami oleh BPKP, mengharuskan para auditornya menghadapi sistem yang baru. Ketika suatu organisasi harus melakukan perubahan, para anggotanya ada yang merasa diuntungkan, ada pula yang merasa dirugikan. Dalam kondisi seperti ini, perlu mempertimbangkan persoalan keadilan untuk seluruh anggota organisasi (Faturachman, 2002).

Terkait dengan penelitian dengan tema keadilan organisasi, ternyata masih terdapat

adanya pertentangan hasil. Keadilan distributif berpengaruh pada kualitas hubungan supervisor-auditor ditemukan oleh Sudin (2011), Hassan dan Chandaran (2005), Scandura (1997). Akan tetapi Miller *et al.*, (2011) dan Riani dan Rahmawati (2011) menyatakan sebaliknya. Demikian pula ketika Wentzel (2002), Wang *et al.*, (2010), Sudin (2011), Shamsuri (2004), Elamin dan Alomaim (2011) mengatakan keadilan distributif berpengaruh pada kinerja, hasil yang berbeda ditemukan oleh Sholihin dan Pike (2009). Keadilan prosedural berpengaruh pada kinerja dibuktikan secara empiris oleh Lau dan Moser (2008), Wentzel (2002), Wang *et al.*, (2010), Tri (2004), Elamin dan Alomaim (2011). Hasil yang berbeda ditemukan oleh Sholihin dan Pike (2009).

Peningkatan kualitas hubungan supervisor-auditor dapat pula dilakukan melalui pelibatan auditor pada penetapan tujuan mentoring. Hubungan tersebut didasarkan pada teori penetapan tujuan. Hal ini sejalan dengan saran Sholihin dan Pike (2009), yang menyatakan bahwa keterlibatan dalam penetapan tujuan merupakan variabel anteseden dari keadilan dalam penilaian kinerja. Hal ini menunjukkan adanya tatanan baru yang belum pernah diteliti.

Penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian Miller *et al.*, (2011). Perluasan dilakukan dengan jalan: (1) menambah keterlibatan dalam penetapan tujuan, (2) penelitian ini menggunakan sampel auditor di BPKP kantor perwakilan DIY, Miller *et al.*, (2011) menggunakan sampel sebanyak 95 auditor pada area lokal, regional, nasional, dan internasional, (3) penelitian

Miller *et al.*, (2011) berdasarkan perspektif teori sosialisasi dan teori keadilan organisasi, penelitian ini berdasarkan perspektif teori sosialisasi, teori penetapan tujuan, dan teori keadilan organisasi.

Berdasarkan kesenjangan fenomena dan kesenjangan penelitian yang sudah diuraikan, maka masalah utama dalam penelitian ini adalah apakah persepsi keadilan organisasi memediasi pengaruh fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor? (studi empiris pada auditor pemerintah di BPKP Perwakilan DIY). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran keadilan organisasi sebagai variabel mediasi pada pengaruh fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor.

Artikel ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut: pada bagian awal dikemukakan pendahuluan, disambung dengan uraian kajian pustaka dan pengembangan hipotesis. Bagian berikutnya adalah penjelasan metode penelitian, hasil analisis data, dan pada bagian akhir disampaikan simpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran sebagai penutup.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Sosialisasi.

Teori sosialisasi dalam organisasi dicapai melalui pembelajaran dan pemahaman akan 4 komponen (Miller *et al.*, 2011), yaitu (1) adanya tugas-tugas dan bagaimana mengatasi masalah, (2) pembelajaran bagaimana berperilaku ketika berinteraksi

dengan orang lain, (3) kemampuan beradaptasi dengan norma dan nilai, serta kemampuan berkerja dalam kelompok, (4) kemampuan beradaptasi pada organisasi secara keseluruhan. Mentoring merupakan kegiatan sosialisasi individu terhadap 4 komponen tersebut. Teori sosialisasi ini digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan pengaruh mentoring terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor.

Teori Penetapan Tujuan.

Konsep dasar teori penetapan tujuan adalah bahwa karyawan yang memahami tujuan (apa yang diharapkan organisasi terhadapnya) akan berpengaruh pada perilaku kerjanya (Ikhsan dan Ishak, 2005). Jika para individu merasa bahwa kualitas dari suatu pekerjaan tidak layak, maka ketidakpuasan akan menimbulkan kemarahan dan frustrasi atas kejadian tersebut (Ikhsan dan Ishak, 2005). Tujuan membangkitkan upaya pencapaian kinerja. Teori penetapan tujuan ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh partisipasi dalam penetapan tujuan dengan kualitas hubungan supervisor-auditor.

Teori Keadilan Organisasi.

Keadilan organisasi akan berpengaruh pada sikap dan perilaku para pekerja. Sikap dan perilaku dari para pekerja tersebut, pada akhirnya akan berdampak pada kinerja pekerja itu sendiri maupun kinerja organisasinya. Pada awal perkembangan teori dan penelitian keadilan organisasi, lebih fokus pada keadilan distributif. Pembahasan mengenai keadilan distributif difokuskan pada keadilan *outcomes* (Tjahjono, 2007). Anggota organisasi merasa terpuaskan ketika hasil yang mereka peroleh terdistribusi secara adil. Perkembangan

keadilan organisasi selanjutnya adalah munculnya keadilan prosedural. Dalam keadilan prosedural, anggota organisasi akan mendapatkan distribusi hasil-hasil yang diharapkan ketika mereka merasa yakin bahwa prosesnya berjalan dengan adil. Teori keadilan organisasi ini digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara: (1) keadilan organisasi dengan antesedennya, yaitu fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan, (2) keadilan organisasi dengan konsekuensinya, yaitu kualitas hubungan supervisor-auditor.

Fungsi Mentoring

Penelitian *mentoring* mulai tumbuh pesat di era tahun 1990an dan masih diminati dari berbagai macam disiplin ilmu. **Hasilnya berupa** model *outlining* mengenai program *mentoring* formal seleksi untuk *mentor* dan orientasi yang dapat diaplikasikan dalam berbagai organisasi, misalnya bisnis, industri dan organisasi *non-profit* (Cahyono, 2008: 38).

Mentoring dapat dibagi kedalam formal mentoring dan informal mentoring. Pementoran formal merupakan mentoring yang dilakukan dua orang atau lebih yang terstruktur dan dikelola secara organisasi, sedangkan informal mentoring adalah suatu pementoran informal yang dibangun secara spontan, sehingga sangsi organisasi yang diberikan juga secara tidak formal. Salah satu perbedaan utama antara *mentoring* informal dan formal adalah keaktifan dari hubungan antara *supervisor* dengan *protégé*. Program formal cenderung membandingkan antara *supervisor* dengan *protégé* dengan menggunakan kriteria yang bervariasi sedangkan program informal hanya meningkatkan kinerja *protégé*

saja (United States Office of Personnel Management, 2008).

Partisipasi dalam Penetapan Tujuan.

Tujuan dapat dipandang sebagai tingkatan kinerja yang ingin dicapai oleh seseorang. Jika seorang individu komit dengan sasaran tertentu, maka hal ini akan mempengaruhi tindakannya dan mempengaruhi konsekuensi kinerjanya (Hudayati, 2002). Lebih rinci Birnberg *et al.*, (2007) mengatakan bahwa tujuan individu yang ditetapkan, secara sadar mempengaruhi motivasi mereka dengan salah satu dari empat mekanisme berikut ini: tujuan membangkitkan upaya untuk mencapai kinerja, tujuan mengarahkan perhatian dan upaya menuju kinerja, tujuan meningkatkan upaya dan ketekunan, dan tujuan mempengaruhi tindakan tidak langsung dengan menyusun strategi pencapaian tujuan. Menurut Haughey (2010), dalam upaya meraih kesuksesan, maka dalam penetapan tujuan perhatian harus diarahkan pada tujuan yang SMART, yaitu *specific, measurable, agreed upon, realistic*, dan *time-based*.

Keadilan distributif.

Keadilan distributif berhubungan dengan rasa keadilan terkait dengan hasil kerja, misalnya promosi dan kenaikan gaji. Pembahasan mengenai keadilan distributif berfokus pada keadilan keputusan *outcomes* dan telah menjadi pertimbangan fundamental dalam teori keadilan selama 40 tahun terakhir (Tjahjono, 2007). Lebih lanjut Tjahyono (2008) mengatakan bahwa terdapat tiga kriteria atau prinsip penting dalam menilai *outcomes*. Pertama adalah prinsip proporsi (*equity*), keadilan distributif dapat dicapai ketika penerimaan

dan masukan atau *inputs* dan *outcomes* sebanding dengan yang diperoleh rekan kerja. Jika perbandingan atau proporsinya lebih besar atau lebih kecil, maka karyawan menilai hal tersebut tidak adil. Kedua, prinsip pemerataan (*equality*) dan prinsip yang mengutamakan kebutuhan (*needs*). Prinsip pemerataan menekankan pada menilai alokasi *outcomes* kepada semua karyawan atau pihak yang terlibat. Bila prinsip ini digunakan, maka variasi penerimaan antar karyawan dengan lainnya relatif kecil.

Prinsip ketiga adalah prinsip mengutamakan kebutuhan sebagai pertimbangan untuk distribusi. Interpretasinya, bahwa seorang karyawan akan memperoleh bagian sesuai dengan kebutuhannya, dalam konteks hubungan kerja. Semakin banyak kebutuhannya maka ia berharap mendapat upah yang semakin besar. Teori keadilan distributif menggunakan asumsi bahwa pekerja hanya menaruh pada *outcomes*, seperti gaji, reward, jadwal kerja, beban kerja, dan tanggungjawab lainnya (Wiyono, 2004). Pada intinya, keadilan distributif adalah keadilan *outcomes* yang diterima anggota organisasi sebagai hasil dari keputusan tertentu. Penelitian mengenai keadilan distributif menunjukkan bahwa persepsi individual mengenai keadilan terhadap distribusi yang diperolehnya mempengaruhi sikap dan perilaku mereka.

Keadilan Prosedural

Keadilan prosedural berhubungan dengan rasa keadilan terhadap aturan dan mekanisme yang digunakan untuk alokasi berbagai sumber daya, misalnya penilaian kinerja. Pada perkembangan teori keadilan distributif, muncul pemikiran

tentang penilaian keadilan prosedural sebagai komplemen yang dinilai tidak dapat terpisahkan dari penilaian keadilan distributif (Tjahjono, 2007). Konsep keadilan prosedural menjelaskan bahwa individu tidak hanya melakukan evaluasi terhadap alokasi atau distribusi *outcomes*, namun juga mengevaluasi terhadap keadilan prosedur untuk menentukan alokasi tersebut.

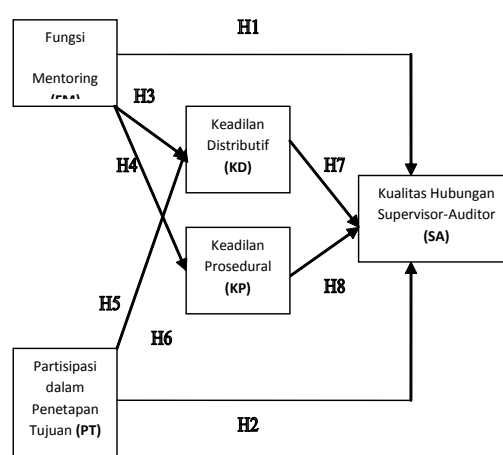
Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor.

Hubungan mentoring merupakan hubungan edukasi antara dua atau lebih orang dalam suatu organisasi. Saat ini, mentoring menjadi salah satu strategi bisnis baik di korporasi, profesional, maupun di dunia pendidikan (Reinstein et al., 2011). Dalam suatu mentoring, supervisor mempunyai pengalaman yang lebih bila dibandingkan juniornya. Supervisor akan memberikan saran-saran, ataupun petunjuk kepada juniornya. Interaksi antara supervisor dan juniornya tersebut akan membentuk suatu hubungan. Apabila hubungan tersebut berjalan sebagaimana mestinya, maka hubungan tersebut akan berkualitas.

Penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian Miller *et. al.*, (2011). Perluasan dilakukan dengan jalan mengembangkan hipotesis untuk mengekstensi model yang telah ada menjadi model yang lebih lengkap. Fungsi mentoring akan berpengaruh langsung pada kualitas hubungan supervisor-auditor, tetapi dimungkinkan juga pengaruh tersebut dimediasi oleh keadilan distributif maupun keadilan prosedural. Apabila fungsi mentoring dapat berjalan efektif, dapat diperkirakan bahwa para auditor akan merasakan adanya keadilan, yang pada

akhirnya akan meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor. Konsep yang sama diterapkan pada pengaruh partisipasi dalam penetapan tujuan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor. Apabila auditor dilibatkan dalam penetapan tujuan mentoring, dapat diperkirakan bahwa para auditor akan merasakan adanya keadilan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor.

Model hasil pengembangan tersebut tersaji pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1: Model Penelitian

Sumber: Miller et al., (2011) dikembangkan

Pengembangan Hipotesis.

Fungsi *mentoring* berpengaruh pada kualitas hubungan supervisor-auditor. Apabila proses pembentukan hubungan antara supervisor-auditor berjalan dengan baik, maka akan mampu meningkatkan kemampuan supervisor menjalankan fungsi mentoring kepada auditor. Fagenson (1994) menemukan bukti bahwa interaksi protege dan supervisornya berpengaruh pada hubungan keduanya. Siegel *et al.*, (2011) menemukan mentoring berpengaruh pada kualitas hubungan supervisor-auditor. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Wang *et al.*, (2010) dan Riani dan Rahmawati

(2011), yang menyatakan fungsi *mentoring* berpengaruh pada kualitas hubungan supervisor-auditor. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Fungsi mentoring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor.

Partisipasi dalam penetapan tujuan merupakan suatu teknik yang baik bagi mentee untuk membangun dasar yang kuat dalam hal perencanaan dalam suatu organisasi. Dengan mengetahui tujuan yang akan dicapai, mentee dapat menentukan kapan dan strategi apa yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Baylor University's Community Mentoring for Adolescent Development (1996), berpendapat partisipasi dalam penetapan tujuan dapat meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor. Soriano (2008) mengatakan bahwa penetapan tujuan diperlukan untuk membantu mengetahui perilaku anggota organisasi, hal ini penting untuk meningkatkan komitmen. Hal tersebut didukung oleh Sholihin *et al.*, (2011) yang menyatakan bahwa partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh pada komitmen pada tujuan secara tidak langsung. Zachary (2010) mendiskusikan tentang berbagai aspek dalam mentoring. Salah satu aspek tersebut adalah penetapan tujuan. Uraian tersebut dijadikan dasar untuk mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor.

Mentoring yang dapat berfungsi dengan baik akan dapat mengurangi stres dan meningkatkan komitmen pada organisasi (Siegel dan Omer, 1995; Baugh *et al.*, 1996). Fungsi mentoring secara positif berhubungan dengan keadilan distributif dan keadilan prosedural. Hal tersebut dikatakan Siegel *et al.*, (2000, 2011). Miller *et al.*, (2011) menyatakan bahwa hasil penelitian tentang hubungan mentoring dengan kualitas hubungan supervisor-auditor, masih saling bertentangan, sehingga dimunculkan variabel keadilan organisasi. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dikembangkan adalah:

H3: Fungsi *mentoring* berpengaruh pada keadilan distributif.

H4: Fungsi *mentoring* berpengaruh pada keadilan prosedural.

Dalam *mentoring* diperlukan serangkaian proses seperti penentuan tujuan mentoring, identifikasi faktor-faktor kesuksesan *mentoring*, *outcome mentoring*, keuntungan-keuntungan apa yang akan didapat supervisor maupun auditor (United State of Personel Management, 2008). Apabila dalam proses tersebut auditor dilibatkan, maka proses mentoring akan lebih baik. Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh pada komitmen pada tujuan melalui keadilan organisasi (Li dan Butler, 2004). Pendapat senada disampaikan oleh Gadot dan Angert (2007), yang menyatakan bahwa partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh pada sikap kerja, seperti kepuasan kerja, keadilan organisasi, komitmen kerja. Dalam hal ini, Sholihin *et. al.*, (2011) dan Lau dan Tan (2006) juga berpendapat bahwa partisipasi

dalam penetapan tujuan berpengaruh positif pada keadilan prosedural. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dikembangkan adalah:

H5: Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keadilan distributif.

H6: Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keadilan prosedural.

Scandura (1997) mengatakan bahwa baik keadilan distributif maupun keadilan prosedural berpengaruh pada fungsi pemodelan mentoring. Adanya pengaruh keadilan distributif terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor ditemukan oleh Sudin (2011), Hasan dan Chandaran (2005). Miller *et al.*, (2011), Hasan dan Chandaran (2005) berkesimpulan bahwa terdapat pengaruh keadilan prosedural terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H7: Keadilan distributif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor.

H8: Keadilan prosedural berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor.

Keadilan organisasi telah banyak digunakan pada area penelitian lain, dan sering diposisikan sebagai variabel mediasi. Lau dan Moser (2008); Sholihin dan Pike, (2009); Wang *et al.*, (2010) memposisikan keadilan organisasi pada hubungan antara metode penilaian

kinerja dan kinerja manajerial. Peneliti lain menggunakan keadilan organisasi sebagai variabel yang berpengaruh pada kinerja organisasi (misalnya: Shah, 2011; Umpruss *et al.*, 2003; Blakely *et al.*, 2005). Keadilan organisasi juga digunakan sebagai variabel mediasi oleh Li dan Butler, (2004) ketika meneliti pengaruh partisipasi dalam penetapan tujuan pada komitmen pada tujuan melalui keadilan organisasi. Kaitannya dengan mentoring, Miller *et al.*, (2011) meneliti pengaruh tidak langsung antara *mentoring* dan kualitas hubungan supervisor dan auditor, melalui keadilan organisasi. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H9a: Fungsi mentoring berpengaruh terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor dengan mediasi keadilan distributif.

H9b: Fungsi mentoring berpengaruh terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor dengan mediasi keadilan prosedural.

H10a: Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor dengan mediasi keadilan distributif.

H10b: Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor dengan mediasi keadilan prosedural.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel.

Penelitian ini merupakan penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini adalah para

auditor pada BPKP di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) secara individual sebagai unit analisis yang berjumlah 70 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan *judgment sampling*.

Teknik Pengumpulan Data.

Tanggapan responden diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang diantar langsung ke responden. Tanggapan responden tersebut diukur dengan 5 skala likert, yang terdiri dari pilihan: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas kuesioner, terlebih dahulu diadakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dengan *correlation product moment*. Jika korelasi antar masing-masing indikator terhadap skor total konstruk menunjukkan hasil yang signifikan, maka dikatakan valid (Ghozali, 2009). Uji reliabilitas dengan *cronbach alpha*. Kriteria yang ditetapkan adalah jika *cronbach alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel (Ghozali, 2009).

Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian ini sudah termasuk BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) atau tidak. Model dikatakan BLUE bila memenuhi persyaratan multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas. Multikolinearitas diuji dengan menggunakan *variation inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Autokorelasi diuji dengan *run test*, jika hasil analisis menunjukkan signifikan di atas 0,05, berarti antar residual tidak

terjadi autokorelasi. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak, dan tersebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji *kolmogorov-smirnov* digunakan untuk menguji normalitas. Jika hasil analisis memiliki probabilitas di atas 0,05, maka residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2009).

Definisi Operasional Variabel Penelitian.

Berikut ini disampaikan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor.

Kualitas hubungan auditor-supervisor didefinisikan sebagai kualitas hubungan antara supervisor yang mampu menjalankan fungsi mentoring kepada auditor. Indikator variabel ini adalah: pemberian instruksi kepada auditor, adanya komunikasi antara supervisor dan auditor, supervisor mereview pekerjaan auditor, supervisor menyelesaikan perbedaan pendapat yang muncul, mengkomunikasikan tanggungjawab yang harus ditanggung oleh auditor, auditor diberi kesempatan untuk bertanya tentang akuntansi dan audit. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang pernah digunakan oleh Miller *et al.*, (2011), Moss (1981), Tsui *et al.*, (1997), Ting (1996). Pengembangan kuesioner juga mempertimbangkan Standar Profesional Akuntan Publik (Ikatan Akuntan Indonesia, 2011).

2. Fungsi Mentoring

Fungsi Mentoring didefinisikan sebagai

proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan antara pihak supervisor dan auditor. Indikator variabel ini adalah: kegiatan melatih, kegiatan contoh peran, kegiatan sosial pendukung. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Viator (2001) dan Miller *et al.*, (2011).

3. Keadilan distributif.

Keadilan distributif didefinisikan sebagai rasa keadilan terkait dengan hasil kerja. Indikator variabel ini adalah organisasi telah adil dalam: memberi imbalan, terkait dengan apa yang telah bawahan berikan, memberi imbalan, terkait dengan tanggungjawab yang telah bawahan emban, memberi imbalan, terkait dengan tingkat stres yang dialami bawahan, memberi imbalan, terkait dengan pendidikan dan pelatihan yang telah bawahan peroleh, memberi imbalan, terkait dengan prestasi yang membanggakan yang telah bawahan raih. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Tang (1996) dan Miller *et al.*, (2011).

4. Keadilan prosedural.

Keadilan prosedural didefinisikan sebagai rasa keadilan terhadap aturan dan mekanisme yang digunakan untuk alokasi berbagai sumber daya. Indikator variabel ini adalah prosedur penilaian kinerja: telah melibatkan para auditor, sehingga dapat diimplementasikan dengan baik, tidak mengandung bias (adanya kepentingan pihak tertentu), didasarkan pada informasi yang akurat, memungkinkan adanya pemberian masukan dan koreksi, telah sesuai dengan etika dan standar moral. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Tang

(1996) dan Miller *et al.*, (2011).

5. Partisipasi dalam penetapan tujuan.

Partisipasi dalam penetapan tujuan didefinisikan sebagai keikutsertaan auditor dalam menentukan target dan strategi program mentoring bersama supervisornya. Indikator variabel ini adalah: spesifik, terukur, kesepakatan bersama, realistis, berpedoman pada waktu, keterlibatan auditor dalam penetapan tujuan. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Hangkey (2006) dan Sholihin *et al.*, (2011).

Teknik Analisis Data.

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan beberapa alat analisis, yaitu: analisis diskriptif, uji asumsi klasik meliputi: multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, normalitas. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda dan analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda atau analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2009: 210). Taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05. Sesuai dengan hipotesis yang dikembangkan, maka akan dilakukan regresi sebanyak 4 kali, yaitu:

1. Persamaan untuk menguji H1 dan H2:

$$SA = \alpha + \beta_1 FM + \beta_2 PT + e \dots\dots\dots (1)$$

2. Persamaan untuk menguji H3 dan H5:

$$KD = \alpha + \beta_1 FM + \beta_2 PT + e \dots\dots\dots (2)$$

3. Persamaan untuk menguji H4 dan H6:

$$KP = \alpha + \beta_1 FM + \beta_2 PT + e \dots\dots\dots (3)$$

4. Persamaan untuk menguji H7 dan H8:

$$SA = \alpha + \beta_1 KD + \beta_2 KP + e \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

FM= Fungsi Mentoring, PT=Partisipasi dalam Penetapan Tujuan,

KD= Keadilan Distributif, KP=Keadilan Prosedural,

SA= Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor.

Pembuktian hipotesis H9a–H10b dilakukan dengan melakukan perhitungan koefisien jalur, yaitu pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan total pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Suatu variabel dapat diposisikan sebagai mediasi apabila pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, dengan memperhatikan tingkat signifikansinya (Setiaji, 2004; Sunyoto, 2011). Koefisien jalur adalah *standardized coefficients* (SC) regresi (Ghozali, 2009; Setiaji, 2004). Apabila tingkat signifikansi pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung adalah signifikan, berarti variabel bebas dapat berpengaruh langsung terhadap variabel terikat, dan berpengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi (Ghozali, 2009).

HASIL ANALISIS DATA

Penulis menyebar 70 kuesioner. Kuesioner yang diisi dan dapat dianalisis sejumlah 41 buah, dengan *respon rate* sebesar 58 %. Berikut ini disajikan hasil analisis data berdasarkan 41 kuesioner tersebut.

Statistik Diskriptif.

Hasil analisis statistik diskriptif tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini tersaji pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1.

Statistik Diskriptif Jawaban Responden

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev.
FM	41	23	55	35,92	6,21
PT	41	17	40	31,48	4,33
KD	41	8	25	17,17	4,01
KP	41	8	25	17,95	3,58
SA	41	32	70	54,73	6,77

FM=Fungsi Mentoring, PT=Partisipasi dalam Penetapan Tujuan, KD=Keadilan Distributif, KP=Keadilan Prosedural, SA=Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.

Hasil Uji validitas dengan *correation product moment* adalah kelima instrumen variabel yaitu FM, PT, KD, KP, dan SA, dapat disimpulkan semuanya valid, karena korelasi antar masing-masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan (kurang dari 0,05). Hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* adalah instrumen dinyatakan reliabel, karena masing-masing variabel mempunyai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Regresi yang digunakan sebanyak 4 kali. Oleh karena itu uji asumsi klasik juga menyangkut keempat regresi tersebut. Setelah dilakukan uji asumsi klasik, maka dinyatakan lolos uji.

Tabel 2

Hasil Analisis Pengaruh Fungsi Mentoring Dan Partisipasi Dalam Penetapan Tujuan Terhadap Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor

Variabel Bebas	Koefisien	SC	t	Signifikan
Konstanta	11,803		2,071	0,045
FM	0,431	0,395	3,675	0,001**
PT	0,872	0,557	5,185	0,000**
F = 0,000**				
Adj. R ² = 0,603				

** signifikan pada level 0,01.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Pembahasan

Untuk menguji H1 dan H2 digunakan alat analisis regresi ke-1, yang tersaji pada tabel 2. Hasil analisis regresi ke-1 tersebut menunjukkan bahwa fungsi mentoring (FM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor (SA). **H1 didukung data.** Dengan didukungnya H1 berarti proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan antara pihak supervisor dan auditor berjalan dengan baik, dan kondisi tersebut dapat meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa fungsi mentoring dapat berjalan dengan baik. Hasil ini mendukung teori sosialisasi, bahwa mentoring merupakan kegiatan sosialisasi antar individu maupun kemampuan bekerja dalam kelompok. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Fagenson (1994), Siegel *et al.*, (2011), Wang *et al.*, (2010) dan Riani dan Rahmawati (2011).

Partisipasi dalam penetapan tujuan (PT) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor (SA). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa **H2 didukung data.** Dengan didukungnya H2 berarti auditor diikutkan dalam menentukan target dan strategi program mentoring bersama dengan supervisornya. Keikutsertaan auditor tersebut mampu meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor, sehingga program mentoring dapat berjalan dengan baik. Hasil ini mendukung teori penetapan tujuan. Auditor dapat memahami tujuan mentoring yang berdampak pada perilakunya yang baik. Hasil ini sesuai pula dengan Baylor University's Community Mentoring for Adolescent Development (1996), dan Zachary (2010).

Untuk menguji H3 dan H5, digunakan alat analisis regresi ke-2, yang tersaji pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Hasil Analisis Pengaruh Fungsi Mentoring Dan Partisipasi Dalam Penetapan Tujuan Terhadap Keadilan Distributif

Variabel Bebas	Koefisien	SC	t	Signifikan
Konstanta	-1,789		0,415	0,681
FM	0,262	0,405	2,953	0,005**
PT	0,303	0,327	2,382	0,022*
F = 0,000**				
Adj. R ² = 0,319				

* signifikan pada level 0,05, ** signifikan pada level 0,01.
Sumber: data primer diolah, 2012.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Hasil analisis regresi ke-2 tersebut menunjukkan bahwa fungsi mentoring (FM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keadilan distributif (KD). **H3 didukung data.** Hal ini berarti proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan antara pihak supervisor dan auditor berjalan dengan baik. Kondisi tersebut mampu menciptakan rasa keadilan terkait dengan hasil kerja. Demikian halnya dengan partisipasi dalam penetapan tujuan (PT), berpengaruh positif dan signifikan pada keadilan distributif (KD). **H5 didukung data.** Keikutsertaan auditor dalam penentuan target dan strategi mentoring, mampu menciptakan rasa keadilan terkait dengan hasil kerja. Auditor dapat merasakan kepuasan karena hasil yang mereka peroleh terdistribusi secara adil. Dengan demikian, hasil ini mendukung teori keadilan organisasi. Hasil ini sesuai pula dengan penelitian Siegel dan Omer (1995), Siegel *et al.*, (2011), dan Miller *et al.*, (2011).

Untuk menguji H4 dan H6 digunakan alat analisis regresi ke-3, yang tersaji pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Analisis Pengaruh Fungsi Mentoring Dan Partisipasi Dalam Penetapan Tujuan Terhadap Keadilan Prosedural

Variabel Bebas	Koefisien	SC	t	Signifikan
Konstanta	2,827		0,494	0,492
FM	0,096	0,167	1,148	0,258
PT	0,371	0,448	3,081	0,004**
F = 0,002**				
Adj. R ² = 0,236				

** signifikan pada level 0,01.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Hasil analisis regresi ke-3 tersebut menunjukkan bahwa fungsi mentoring (FM) berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keadilan prosedural (KP). **H4 tidak didukung data.** Hal ini berarti proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan antara pihak supervisor dan auditor berjalan dengan baik, tetapi tidak mampu menciptakan rasa keadilan terkait dengan aturan dan mekanisme yang digunakan untuk alokasi berbagai sumber daya. Lain halnya dengan partisipasi dalam penetapan tujuan (PT), terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada keadilan prosedural (KP). **H6 didukung data.** Keikutsertaan auditor dalam penentuan target dan strategi mentoring, mampu menciptakan rasa keadilan terkait dengan aturan dan mekanisme yang digunakan untuk alokasi berbagai sumber daya. Hasil ini bertentangan dengan penelitian *United State of Personel Management* (2008), Li dan Butler (2004), Gadot dan Angert

(2007), Sholihin *et. al.*, (2011), dan Lau dan Tan (2006).

Untuk menguji H7, dan H8 digunakan alat analisis regresi ke-4, yang tersaji pada tabel 5. Keadilan distributif (KD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor (SA). **H7 didukung data.** Auditor mampu merasakan keadilan terkait dengan hasil kerja, yang pada akhirnya mampu meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor. Akan tetapi pada keadilan prosedural (KP), berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor (SA). **H8 tidak didukung data.** Auditor dapat merasakan keadilan terkait dengan aturan dan mekanisme yang digunakan untuk alokasi berbagai sumber daya. Akan tetapi kondisi tersebut tidak mampu meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Scandura (1997), Richard *et al.*, (2002), Cohen-Charash dan Spector's (2002), dan (Miller *et al.*, 2011).

Tabel 5
Hasil Analisis Pengaruh Keadilan Distributif Dan Keadilan Prosedural Terhadap Kualitas Hubungan Supervisor-Auditor

Variabel Bebas	Koefisien	SC	t	Signifikan
Konstanta	37,076		7,111	0,000
KD	0,698	0,414	2,617	0,013**
KP	0,316	0,167	1,055	0,298
F = 0,003**				
Adj. R ² = 0,227				

** signifikan pada level 0,01.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Sumber: data primer diolah, 2012.

Pembuktian hipotesis H9a–H10b

dilakukan dengan melakukan perhitungan koefisien pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan total pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Perhitungan koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung FM ke SA melalui KD (H9a) menggunakan data pada tabel 2, 3, dan 5:

1. Pengaruh langsung:

$$\text{FM} - \text{SA} = 0,395^{**}$$

2. Pengaruh tidak langsung:

$$\text{a. FM} - \text{KD} = 0,405^{**}$$

$$\text{b. KD} - \text{SA} = 0,414^{**}$$

Besarnya pengaruh tidak langsung:

$$0,405 \times 0,414 = 0,168$$

3. Total pengaruh FM ke SA = 0,563

Pengaruh langsung sebesar 0,395 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,168. Berdasarkan perhitungan tersebut, koefisien pengaruh tidak langsung lebih kecil bila dibandingkan koefisien pengaruh langsung. Hal ini berarti keadilan distributif bukan sebagai variabel mediasi. Apabila dilihat dari tingkat signifikansinya, maka jalur FM-SA, FM-KD dan KD-SA adalah signifikan. Dengan demikian **H9a didukung data**. Hal ini berarti fungsi mentoring (FM) berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor (SA), tetapi juga berpengaruh tidak langsung pada kualitas hubungan supervisor-auditor, dengan mediasi keadilan distributif (KD). Perhitungan koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung FM ke SA melalui KP (H9b) menggunakan data pada table 2, 4, dan 5:

1. Pengaruh langsung:

$$\text{FM} - \text{SA} = 0,395^{**}$$

2. Pengaruh tidak langsung:

$$\text{a. FM} - \text{KP} = 0,167$$

$$\text{b. KP} - \text{SA} = 0,167$$

Besarnya pengaruh tidak langsung:

$$0,167 \times 0,167 = 0,028$$

3. Total pengaruh FM ke SA = 0,423

Pengaruh langsung sebesar 0,395, dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,028. Berdasarkan perhitungan tersebut, koefisien pengaruh tidak langsung lebih kecil bila dibandingkan koefisien pengaruh langsung. Variabel keadilan prosedural bukan sebagai variabel mediasi. Jalur tidak langsung baik dari FM ke KP maupun dari KP ke SA tidak signifikan. Dengan demikian **H9b tidak didukung data**. Hal ini mengindikasikan bahwa fungsi mentoring di BPKP perwakilan DIY berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor, tidak dimediasi oleh keadilan prosedural.

Perhitungan koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung PT ke SA melalui KD (H10a) menggunakan data pada table 2, 3, dan 5:

1. Pengaruh langsung:

$$\text{PT} - \text{SA} = 0,557^{**}$$

2. Pengaruh tidak langsung:

$$\text{a. PT} - \text{KD} = 0,327^{**}$$

$$\text{b. KD} - \text{SA} = 0,414^{**}$$

Besarnya pengaruh tidak langsung:

$$0,327 \times 0,414 = 0,135$$

3. Total pengaruh PT ke SA = 0,692

Pengaruh langsung sebesar 0,557 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,135. Berdasarkan perhitungan tersebut, koefisien pengaruh tidak langsung lebih kecil bila dibandingkan koefisien pengaruh langsung. Hal ini berarti keadilan distributif

bukan sebagai variabel mediasi. Tingkat signifikansi PT-SA, PT-KD, dan KD-SA adalah signifikan, maka **H10a didukung data**. Dengan demikian partisipasi dalam penetapan tujuan (PT) berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor (SA), dan juga berpengaruh tidak langsung pada hubungan supervisor-auditor dengan mediasi keadilan distributif (KD). Perhitungan koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung PT ke SA melalui KP (H10b) menggunakan data pada tabel 2, 4, dan 5.

1. Pengaruh langsung:
PT – SA = 0,557**
2. Pengaruh tidak langsung:
a. PT – KP = 0,448**
b. KP – SA = 0,167
Besarnya pengaruh tidak langsung:
0,448 X 0,167 = 0,075
3. Total pengaruh PT ke SA = 0,631

Pengaruh langsung sebesar 0,557 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,075. Berdasarkan perhitungan tersebut, koefisien pengaruh tidak langsung lebih kecil bila dibandingkan koefisien pengaruh langsung. Dengan demikian variabel keadilan prosedural bukan sebagai variabel mediasi. Apabila dianalisis tingkat signifikansinya, maka jalur tidak langsung dari KP-SA tidak signifikan. Dengan demikian **H10b tidak didukung data**. Partisipasi dalam penetapan tujuan (PT) berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor, tidak dimediasi oleh keadilan prosedural.

PENUTUP.

Simpulan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran keadilan organisasi sebagai variabel

mediasi pada pengaruh fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa: (1) apabila fungsi mentoring dapat dijalankan dengan efektif oleh para supervisor, maka akan dapat meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor, (2) dengan mengikutsertakan para auditor dalam proses penetapan tujuan mentoring akan dapat meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor, (3) keadilan distributif berperan sebagai variabel mediasi antara fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan dengan kualitas hubungan supervisor-auditor. Fungsi mentoring berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor, tetapi juga berpengaruh tidak langsung pada kualitas hubungan supervisor-auditor, dengan mediasi keadilan distributif. Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor, tetapi juga berpengaruh tidak langsung pada kualitas hubungan supervisor-auditor, dengan mediasi keadilan distributif, (4) keadilan prosedural tidak berperan sebagai mediasi antara fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan dengan kualitas hubungan supervisor-auditor. Fungsi mentoring di BPKP perwakilan DIY berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor, tidak dimediasi oleh keadilan prosedural. Partisipasi dalam penetapan tujuan berpengaruh langsung terhadap kualitas hubungan supervisor-auditor, tidak dimediasi oleh keadilan prosedural.

Implikasi Teoritis.

Hasil penelitian ini mendukung teori sosialisasi, teori keadilan dan teori penetapan tujuan. Dalam teori keadilan organisasi, keadilan organisasi akan berpengaruh pada sikap dan perilaku para pekerja, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja pekerja itu sendiri dan kinerja organisasinya. Pada proses fungsi mentoring dan partisipasi dalam penetapan tujuan apabila berjalan dengan sebagaimana mestinya, maka auditor akan merasa memperoleh rasa keadilan, baik secara distributif maupun prosedural. Apabila auditor sudah merasa bahwa rasa keadilan terpenuhi, maka mereka akan mendukung hubungan supervisor-auditor, demikian pula akan meningkatkan kinerjanya.

Pada teori penetapan tujuan, konsep dasar teori ini adalah bahwa karyawan yang memahami tujuan (apa yang diharapkan organisasi terhadapnya) akan berpengaruh pada perilaku kerjanya. Apabila auditor dilibatkan dalam proses penentuan tujuan mentoring, maka mereka akan berupaya meningkatkan hubungan supervisor-auditor, demikian pula akan meningkatkan kinerjanya.

Implikasi Manajerial.

Hasil penelitian memiliki implikasi bahwa para supervisor di BPKP DIY bahwa program mentoring perlu dipertahankan. Mentoring terhadap auditor, secara langsung dapat meningkatkan kualitas hubungan supervisor-auditor. Akan tetapi dapat pula berpengaruh secara tidak langsung, melalui keadilan distributif.

Ketika para supervisor di BPKP DIY melibatkan akuntan dalam penetapan tujuan mentoring, maka hal ini akan berpengaruh secara langsung pada kualitas hubungan

supervisor-auditor. Penetapan tujuan juga mampu berpengaruh secara tidak langsung pada kualitas hubungan supervisor-auditor melalui keadilan distributif.

Keterbatasan.

Beberapa keterbatasan pada penelitian ini yaitu :

- a. Keterbatasan dalam metode survey yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Masalah yang mungkin timbul adalah terjadinya bias oleh persepsi responden dalam pengisian kuesioner, karena tidak adanya pengawasan dari peneliti.
- b. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang relatif sedikit, sehingga hanya dapat menggunakan alat analisis tertentu seperti analisis jalur.

Saran.

Berdasarkan keterbatasan yang ada, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

- a. Untuk menghindari bias responden, metode studi kasus dapat digunakan sebagai pengganti metode kuesioner atau penambahan sampel yang dapat diambil lebih dari satu lokasi. Dapat pula dengan melakukan eksperimen.
- b. Dimungkinkan untuk memperluas variabel yang terkait dengan mentoring dan kualitas hubungan supervisor-auditor, misalnya keadilan interaksional.
- c. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang ada sehingga dapat menggunakan *software* yang lain, seperti *Structural Equation Modelling (SEM)*.

Daftar Pustaka

- Baught, S.G., M.J. Lankau, dan T.A. Scandura. (1996). An Investigation of The Effects of Protege Gender on Respon to Mentoring. *Journal of Vocational Behaviour*, Desember(49): 309-323.
- Baylor University's Community Mentoring for Adolescent Development. (1996). Goal-Setting and Decision-Making. Organizational Behaviour and Human Decision Process, 89(2), 1215.
- Blakely, Gerald L., Martha C. Andrews dan Robert H. Moorman. (2005). The Moderating Effects of Equity Sensitivity On The Relathionship Between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Business and Psychology*, 20(2): 259-273.
- Birnberg, Jacob G., Joan Luft, Michael D. Shields. (2007). Psychology Theory in Management Accounting Research. *Handbook of Management Accounting Research*, Elsevier Ltd.
- Bokeno, R. Michael dan Vernon W. Gantt. (2000). Dialogic Mentoring: Core Relathionsgip for Organizational Learning. *Management Communication Quaterly*, 14(2), 237-269.
- Cahyono, Dwi. (2008). Persepsi Ketidakpastian Lingkungan, Ambiguitas Peran dan Konflik Peran sebagai Mediasi antara Program Mentoring dengan Kepuasan Kerja, Prestasi Kerja, dan Keinginan Berpindah. Semarang: Desertasi tidak dipublikasikan, Universitas Diponegoro.
- Cohen-Charash, Yochi, Paul E. Spector. (2002). Erratum to "The Role of Justice in Organizations: A Meta-analysis". *Organizational Behaviour and Human Decision Process*, 89(2), 1215.
- Dawley, David D., Martha C. Andrews dan Neil S. Bucklew. (2008). Mentoring, Supervisor Support, and Perceived Organizational Support: What Matters Most?. *Leadership and Organizational Development Journal*, 29(3): 235-247.
- Elamin, Abdallah M. Dan Nasser Alomaim. (2011). Does Organizational Justice Influence Job Satisfaction and Self-Perceive Performance in Saudi Arabia Work Envinronment?. *International Management Review*, 7(1), 38-49.
- Fagenson, Allen A. (1994). Perception of protégé vs non-protégé relationship with their peer, supervisor, and departments. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 55-78.
- Faturochman. (2002). Keterkaitan Antara Anteseden, Penilaian Keadilan Prosedural, Penilaian Keadilan Distributif, dan Dampaknya. Yogyakarta: Disertasi Psikologi Universitas Gadjah Mada tidak dipublikasikan.
- Gadot, Eran Vigoda dan Larisa Angert. (2007). Goal Setting Theory, Job Feedback, and OCB: Lessons From a Longitudinal Study. *Basic and Applied Social Psychology*, 29(2), 119-128.
- Godshalk, Veronica M. dan John J. Sosik. (2000). Does Mentor-Protégé Agreement on Mentor Relationsgip Behavior Influence the Quality of A Mentoring Relationship?. *Group & Organization Management*, 25(3), 291-316.

- Ghozali, Imam. (2009). *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. BPFE Universitas Diponegoro Semarang.
- Hangkey, Duncan. (2006). *SMART Goals. Project Smart*.
- Hassan, Arif dan Suresh Chandran. (2000). *Quality of Supervisor-Subordinate Relationship As Determinant Of Organizational Justice Perception*. Departement of Bussiness Administration, International Islamic University Malaysia.
- Hidayati, Ataina. (2002). *Perkembangan Penelitian Akuntansi Keperilakuan: Berbagai Teori dan Pendekatan yang Melandasi*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 6(2): 81-96.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2011). *Standar Profesional Akuntan Publik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ikhsan, Arfan dan Muhammad Ishak. (2005). *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jusub, Haryono. (2001). *Pengauditan: Buku 1*. Yogyakarta: Balai Penerbit STIE YKPN.
- Landry, Guylaine dan Christian Vanderberghe. (2009). *Role of Commitment to the Supervisor, Leader-Member Exchange, and Supervisor-Based Self-Esteem in Employee-Supervisor Conflicts*. *The Journal of Social Psychology*, 149(1), 5-27.
- Lau, Chong M., and Antony Moser. (2008). *Behavioral Effects of Nonfinancial Performance Measures: The Role of Procedural Fairness*. *Behavioral Research In Accounting*, 20(2), 55-71.
- Lau, Chong M., and Tan S. I. C. (2006). *The Effect of Procedural Fairness and Interpersonal Trust on Job Tention in Budgeting*. *Management Accounting Research*, 17(2), 171-186.
- Li, Andrew dan Adam B. Butler. (2004). *The Effects of Participation in Goal Setting and Goal Rationales on Goal Commitment: An Exploration of Justice Mediators*. *Journal of Business and Psychology*, 19(1), 37-51
- Lo, May-Chiun dan T. Ramayah. (2011). *Mentoring and Job Satisfaction in Malaysian SMEs*. *Group & Organization Management*, 25(3), 291-316.
- Miller, Cathleen L., Philip H. Siegel dan Alan Reinstein. (2011). *Auditor and Non-Mentor Supervisor Relationship*. *Managerial Auditing Journal*, 26(1), 5-31.
- Moss, Rudolph H. (1981). *Work Environment Scale Manual*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- Pusat Pembinaan JFA BPKP. (2010). *Profile Jabatan Fungsional Auditor (JFA)*. Jakarta: BPKP Pusat.
- Reinstein, Allan, David H. Sinason, dan Timothy J. Fogarty. (2011). *Examining Mentoring in Public Accounting Organizations*. *Accountancy Bussiness and The Public Interest*, 45(3): 619-636.

- Riani, Asri Laksmi dan Rahmawati. (2011). Pengaruh Status dan Fungsi Mentoring terhadap Kualitas Hubungan Auditor-Supervisor dengan Keadilan Organisasi dan Perasaan Auditor sebagai Mediasi (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik Se-Jawa Tengah dan DIY). Surakarta: Laporan Penelitian tidak dipublikasikan, Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Richard, Orlando C., Edward C. Taylor, Tim Barnett, dan Mary Frances A Nesbit. (2002). Procedural Voice and Distributive Justice: Their Influence on Mentoring Career Help and Other Outcome. *Journal of Business Research*, 55(9), 725-735.
- Setiaji, Bambang. (2004). Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif. Surakarta: Program Pasca Sarjana UMS.
- Scandura, Terry A. (1997). Mentoring and Organizational Justice: An Empirical Investigation. *Journal of Vocational Behavior*, 51(1), 58-69.
- Shah, Naimatullah. (2011). A Study of The Relationship Between Organisational Justice and Employee Readiness for Change. *Journal of Enterprise Information Management*, 24(3): 224-236.
- Shamsuri, Noor Asyikin. (2004). Organizational Justice As a Determinant of Job Satisfaction and Organizational Commitment: Study Among Lecturers and Assistant Registrars in Universiti Utara Malaysia. Tesis Universitas Utara Malaysia, tidak dipublikasikan
- Sholihin, Mahfud dan Richard Pike. (2009). Fairness in Performance Evaluation and Its Behavioural Consequences. *Accounting and Business Research*, 39(4), 397-413.
- Sholihin, Mahfud, Richard Pike, Musa Mangena dan Jing Li. (2011). Goal-setting Participation and Goal Commitment: Examining the Mediating Role of Procedural Fairness and Interpersonal Trust in A UK Financial Services Organisation. *The British Accounting Review*, xxx, 1-12.
- Siegel, P.H dan K. Omer. (1995). Mentoring as an Antidote to Stress During a Regional CPA Firm Merger. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7, 87-100
- Siegel, Philip H., Todd Schultz dan Sharon Landy. (2011). Formal Versus Informal Mentoring of MAS Professionals. *The Journal of Applied Business Research*, 27(2), 5-11.
- Soriano, Domingo Ribeoro. (2008). Can Goal Setting and Performance Feedback Enhance Organizational Citizenship Behavior?. *The Academic of Management Perspective*, 22(1): 65.
- Sudin, Suhaimi. 2011. Fairness of and Satisfaction With Performance Appraisal Process. *Journal of Global Management*, vol. 2, no. 1.
- Sunyoto, Danang. (2011). Riset Bisnis dengan Analisis Jalur SPSS. Penerbit Gava Media.
- Tang, Li-Ping T., dan Linda J. Sarsfield-Baldwin. (1996). Distributive and Procedural Justice as Related to Satisfaction and Commitment. *SAM Advanced Management Journal*, 25-31.

- Tjahjono, HK. (2007). Validasi Item-item Keadilan Distributif dan Keadilan Prosedural: Aplikasi Struktural Equation Modeling dengan Conformatory Factor Analysis (CFA) Sstudi pada PTS di Yogyakarta. Jurnal Akuntansi dan Manajemen STIE YKPN, Agustus, 8(2).
- Ting, Yuan. (1996). Analysis of Job Satisfaction of The Federal White Color Work Force: Finding From The Suevey of The Federal Employee. American Review of Public Administration, 26(4), 439-456.
- Tri, Sugiyarti. (2004). Reaksi Pekerja Terhadap Downsizing: Anteseden dan Konsekuensi dari Keadilan Prosedural, Interaksional dan Informasional. Yogyakarta: Tesis tidak dipublikasikan Universitas Gadjah Mada.
- Tsui, Anne S., Jone L. Pearce, dan Lyman W. Porter. (1997). Alternative Approaches to the Employee-Relathionship: Does Investment in Employee Pay Off?. Academy of Management Journal, 40(5), 1089-1121.
- Umphress, Elizabeth Eve, Giuseppe (Joe) Labianca, Daniel J. Brass Edward dan Lotte Scholten. (2003). The Role of Instrumental and Expressive Social Iies in Employees' Perceptions of Organizational Justice. Organization Science, 14(6), 738-753.
- United States Office of Personnel Management. (2008). Best Practices: Mentoring.
- Viator, Ralph E. (2001). The Assosiation of Formal and Informal Public Accounting Mentoring With Role Stress and Related Job Outcomes. Accounting, Organizations and Society, 26, 73-93.
- Wang, Xinyan, Jiangiao Liao, Degen Xia, dan Tao Chang. (2010). The Impact of Organizational Justice On Work Performance: Mediating Effect of Organizational Commitment and Leader-member Exchange. International Journal of Manpower, 31(6), 660-677.
- Wentzel, Kristin. (2002). The Influence of Fainess Perceptions and Goal Commitment on Manager' Performance in a Budget Setting. Behavioral Reseach In Accounting, (14): 247-271.
- Wiyono. (2004). Keadilan Organisasi dan Kepuasan Kerja: Pengujian Keterkaitan Equity Theory dengan Work Outcomes. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2): 201-210.
- www.bpkp.go.id/konten/419/Akuntabilitas-Pelaporan-Kuangan.bpkp.
- Zachary, Lois J. (2010). Informal Mentoring: Start Making a Serious and Systematic Effort. Leadership Excellence.

Investors' Reaction To Csr Disclosure: Evidence From Indonesia

Salim Darmadi

Gunawan

Indonesian Capital Market and Financial Institution Supervisory Agency
(Bapepam-LK), Jakarta

Indonesian Tax Office (DJP), Jakarta

Indonesian College of State Accountancy (STAN), Tangerang Selatan

salim.darmadi@gmail.com; salim.darmadi@bapepam.go.id

gunawandezz@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bermaksud mengetahui bagaimana reaksi investor pasar modal terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan-perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain melihat ukuran pengungkapan CSR secara agregat, studi ini juga menggunakan ukuran pengungkapan CSR secara disgregat, yang meliputi empat dimensi (pemberdayaan masyarakat, produk, hubungan dengan karyawan, dan lingkungan hidup). Berdasarkan informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan 2008 dan 2009, sampel studi ini terdiri dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor-sektor industri high-profile. Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa pengungkapan CSR secara agregat tidak direspons oleh investor secara signifikan, namun masing-masing dimensi CSR mendapat respons yang berbeda-beda. Investor cenderung bereaksi positif terhadap pengungkapan terkait pemberdayaan masyarakat dan lingkungan hidup, sedangkan reaksi negatif terdapat pada pengungkapan terkait hubungan karyawan. Karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki tingkat visibilitas yang tinggi, studi ini juga meneliti apakah ukuran perusahaan berperan signifikan dalam menjelaskan reaksi pasar terhadap pengungkapan CSR.

Keywords: *Corporate social responsibility, disclosure, Indonesia, market reaction, stock returns*

INTRODUCTION

Within the corporate social responsibility (CSR) approach, a business should respect for ethics, community, people, and the environment in its efforts to improve its competitive advantages in the market. To do so, it should utilize its economic resources to contribute to meeting the interests of both internal and external stakeholders.

CSR practices now emerge as an important part in a company's business activities due to growing demands from stakeholders towards the company to actively engage in such practices (Chapple and Moon, 2005). Taking into account the global contemporary economic landscape, which has seen the shifts of economic power from the government to the corporate

sector, companies are expected to have an increasing responsibility in addressing various social problems (Tsoutsoura, 2004). Even though the involvement in CSR activities bears some costs to companies, such practices can also be associated with a series of benefits, such as enhanced reputation and stable earnings growth.

There is still no consensus among researchers regarding the appropriate method to measure a company's involvement in CSR activities. Some studies employ relatively subjective indicators such as perception of a particular group of community (e.g. Heinze, 1976) or ratings issued by a particular institution (e.g. Preston and O'Bannon, 1997; Brammer et al., 2006). An extensive body of research employs official corporate disclosures (such as annual reports) to measure a company's CSR practices, even though such documents may be subject to impression management and subjective bias (Tsoutsoura, 2004). As Garcia-Sanchez (2008) explains, companies probably choose to legitimize that they have engaged in CSR through the disclosure of information in publicly-available documents about actions they have carried out. Previous studies, particularly within the context of developed countries, demonstrate that the amount of information about CSR activities disclosed in the annual report has increased significantly over time (Gray et al., 2001). As summarized by Haniffa and Cooke (2005), the increase in corporate social disclosure may be associated with increases in legislation, activities of pressure groups, ethical investors, awards, media interest, societal awareness, and politics.

When a corporation is publicly-listed on

a stock exchange, it becomes subject to greater visibility and various demands from an increasing number of stakeholders. Information disclosed in a publicly-listed firm's official reports, hence, also becomes subject to particular reactions from the existing or potential investors. Taking into account the efficient market hypothesis, when the capital market has a strong or semi-strong form of efficiency, all publicly-available information about perceived firm value will be reflected in a firm's share price in the market. In terms of CSR disclosure, Mackey et al. (2007) contend that "semi-strong efficiency, in particular, implies that if firms engage in specific socially responsible activities in a public way, current and potential equity holders will be aware of both the nature of these activities and their impact on the present value of a firm's future cash flows and will, on average, adjust their valuation of a firm's equities accordingly" (pp. 819-820). While developed capital markets have been associated with a relatively stronger form of efficiency, their emerging counterparts tend to demonstrate market efficiency in a weaker form (Karemera et al., 1999; Ojah and Karemera, 1999). However, there has been recent empirical evidence suggesting that emerging capital markets are mostly becoming more efficient over time.

Studies on CSR disclosure, within the context of both developed and emerging markets, have largely focused on firm characteristics that determines the level of disclosure (e.g. Cowen et al., 1987; Roberts, 1992; Hackston and Milne, 1996; Haniffa and Cooke, 2005). An extensive body of empirical studies have also examined the association between

CSR practices with accounting-based performance (e.g. Cochran and Wood, 1984; Simpson and Kohers, 2002) or market-based performance (e.g. Brammer et al., 2006; Murray et al., 2006). However, very little attention has been devoted into the market reaction on CSR disclosure, and the existing studies have been conducted mainly in the US context. Such studies are pioneered by Belkaoui (1976), Ingram (1978), and Anderson and Frankle (1980). Other studies from outside the US, among others, include Patten (1990) and Parsa and Deng (2008), which employ data from South Africa and the UK, respectively.

The present study investigates the market reaction to the disclosure of CSR using the setting of an economy associated with a weaker form of capital market efficiency. The result of this study, hence, extends the existing literature that mainly focuses on such an issue in developed economies. Indonesia provides an interesting setting due to its economic significance; the country is the largest economy in Southeast Asia and the eighteenth-largest in the world. The country has an emerging capital market that attracts portfolio investments from various parts of the world. Further, the latest version of the country's Corporation Act, enacted in 2007, has also encouraged Indonesian companies to actively engage in CSR activities. As such, it is considered important to investigate whether and how investors react to the information on CSR activities disclosed by publicly-listed companies in their annual reports.

The remainder of this paper is structured in the following manner. The next section reviews the existing literature and develops

research hypotheses. This is followed by Section 3, which describes data and methodology employed in this study. Empirical results are presented and further discussed in Section 4. Finally, Section 5 concludes the paper.

LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Theoretical review

There are a number of theories that can explain CSR disclosure. Most studies on CSR have acknowledged that legitimacy theory appears to be the main motivation for companies to disclose information on CSR. Guthrie et al. (2004) explain that legitimacy theory is based on the notion that a "social contract" exists between an organisation and the environment in which the organisation operates. Based on the "social contract", the organisation will undertake various efforts to ensure that it has conducted its business within the norms and expectations of its respective society. In terms of CSR disclosure, a company would voluntarily provide information about its activities if management determines that certain information is demanded by the environment in which the company operates (De Villiers and Van Staden, 2006). However, other studies suggest that such legitimacy is possibly subject to different interpretations from the organisation's environment due to differences in culture, ideology, and political system (Gray et al., 1995).

CSR reporting may also be explained using stakeholder theory. Under this theory, the activities and behaviour of a company may be influenced by various stakeholder groups that have interests, including shareholders,

employees, customers, suppliers, creditors, the government, and the local community (Deegan, 2006). Companies will disclose information to their stakeholders due to their moral obligations and/or "pressures" from a particular group of their stakeholders. However, stakeholders' expectations are likely to vary between countries, leading to different practices in CSR reporting. Further, under institutional theory, institutions are less likely to change than other structures and, hence, provide stability and meaning to social behaviour (Scott, 1995). As suggested by Waldman et al. (2006), each company has its own institutionalized values, resulting in a particular level of CSR information disclosed in the company's reports.

When a company is listed on a stock exchange, information disseminated by the company becomes subject to reaction from the market to a particular extent. Referring to the efficient market hypothesis, a market is considered efficient when asset prices fully reflect all available information from historical, public, and private sources (Fama, 1991). In the semi-strong form of market efficiency, asset prices reflect both historical and public information. Further, when the market efficiency is weak, asset prices only reflect historical information. In a weak-form efficient market, investors are unlikely to make systematic nonzero profit by relying on past information. In other words, successive returns tend to be independent and follow random walks in such a market.

Empirical studies have suggested that the strong form of market efficiency is not found in any market. Even though the

U.S. capital markets are often regarded as the most efficient markets in the world, Copeland et al. (1994) contend that there is substantial evidence that the country's capital markets, in overall, are semi-strong efficient. In their investigation on 15 emerging capital markets, Karemera et al. (1999) suggest that most of the emerging markets are weak-form efficient. This result is supported by many other studies examining individual markets. Worthington and Higgs (2005) examines ten emerging markets (including Indonesia) and five developed markets in the Asia-Pacific region. They find that all of the markets are weak-form efficient. Nevertheless, employing a bulk of emerging markets in Asia and Latin America, Cajueiro and Tabak (2004) confirm that emerging capital markets are increasingly efficient over time for most countries being examined.

Previous studies and hypothesis

Empirical studies examining capital market responses to social disclosure are still relatively limited and mostly conducted within the U.S. context. In their conceptual paper, Richardson et al. (1999) propose that disclosure of CSR information can have an impact on capital market processes. Such disclosure is also proposed to have cash flow consequences for the company and influence the discount rate used by investors in valuing the stream of cash flows.

The pioneer study is the one conducted by Belkaoui (1976). He studies investors' reaction to pollution disclosure in the U.S. capital market and reports a positive market reaction to firms that provide evidence of responsible pollution control procedures compared to those that could

not demonstrate such a responsibility. This positive reaction is also documented by Anderson and Frankle (1980). In contrast, Shane and Spicer (1983) find a generally negative reaction to the release of externally-produced environmental information. Ingram (1978) observes that the market does not significantly react to social disclosure made by companies, but the reaction is a function of the industry to which the company belongs and the types of social information being reported. Examining the U.S. cotton textile industry regarding the disclosure of the financial impact of new environmental standards, Freedman and Stagliano (1991) document the occurrence of a negative investor revaluation, leading to declining stock returns.

Further, Griffin and Sun (2012) investigate shareholders' response to companies' voluntary disclosures about greenhouse gas emissions made through the CSR newswire service, an organisation that claims to be the global leader in climate change disclosure. They find that the voluntary green disclosure provide shareholders with positive returns. They also indicate that the shareholders of smaller firms with lower public information availability benefit the most from such green disclosure, since those shareholders find fewer channels and less access to competing information. Using externally-produced information on environmental, social, and governance issues of U.S. firms, Capelle-Blancard and Petit (2011) find that firms facing negative events tend to experience a decline in their share price around the day of announcement.

Empirical evidence from outside the U.S. is very rare. An earlier study is conducted by Patten (1990), who examines capital market reaction to the 1977 disclosures that certain U.S. companies doing business in South Africa had signed the Sullivan Principles, a code of equal economic opportunities for non-white workers in South Africa. Even though his results on share price data are inconclusive, there is a significant trading volume reaction associated with the information disclosure. A later South African study is conducted by Arya and Zhang (2009) who find a positive market reaction to CSR announcements during the period of changes in the institutional environment.

In the aftermath of the incidence of Union Carbide's chemical leak in Bhopal, India, during December 1984, Blacconiere and Patten (1994) report a significant negative reaction towards other firms in the chemical industry. However, firms with a higher level of environmental disclosure in their reports prior to the catastrophe are found to experience a less negative reaction than their peers. Parsa and Deng (2008), using a sample of U.K. firms listed on the London Stock Exchange, show an overall positive market reaction to the announcement of social information. Employing data of French companies listed in the CAC40 index, Damak-Ayadi (2011) investigates the stock market response to the Alpha-Etudes reports, which report assessment on the quality and the conformity of social information in the annual report to applicable regulations. She indicates a positive market reaction following media coverage about the reports.

There are also a number of studies, yet limited, conducted within the Indonesian context. Those studies demonstrate inconclusive results. Cheng and Christiawan (2011) report a positive association between CSR disclosure and abnormal returns, where their sample consists of IDX's listed firms from three industrial sectors. Based on a sample of manufacturing firms, Meliana (2011) also confirms such a positive association. However, Dahlia (2010) provides evidence that the abnormal return is not significantly associated with the extent of CSR disclosure.

CSR disclosure in the annual report seems to represent companies' transparency in reporting their engagement in CSR activities, which may be positively viewed by investors. However, given contradicting results from prior studies, such disclosure may also contain "bad news" that brings about potential negative impacts on shareholders' interests, resulting in a negative reaction. Hence, we posit that there is a significant market reaction to the aggregate CSR disclosure, but we do not predict the direction. The first hypothesis is formulated as follows:

H1: There is a significant influence of the aggregate CSR disclosure on shareholder returns.

Interestingly, a number of recent studies consider an alternative approach instead of merely employing the aggregate CSR measure. Those studies disaggregate various aspects within CSR to assess the impact that each aspect has on shareholder returns. Brammer et al. (2006) state that "CSR is multi-faceted and these various

aspects may have differential impacts depending on the nature of the firm's business" (p. 101). They contend that the disaggregated measures will enable researchers to investigate the influence of the various aspects of CSR on stock returns, as well as to examine whether there are any differences between those aspects. Additionally, Manescu (2009) argues that it is reasonable to determine that not all aspects of CSR are equally important to investors, leading to the need to look into the influence of each aspect separately.

Based on a sample of firms in the U.K., Brammer et al. (2006) examine the association between corporate social performance and stock returns. In addition to the aggregate CSR performance, they examine the influence of three CSR dimensions, namely the environment, employment, and community activities. While they find that the composite social performance indicator has no significant association with stock returns, each dimension impacts on stock returns differently. A higher score of environmental performance has a negative and significant effect on stock returns, and no significant associations are found for other two dimensions. In her study, Manescu (2009) investigates the relation between CSR performance and stock returns employing data of U.S. firms listed in the S&P 500 and Domini Social Index 400. She uses six disaggregated measures of CSR, namely community, diversity, employee, environment, human, and product. Her study provides evidence that the reaction of investors to the aggregate CSR performance is positive in the earlier sample period, but the reaction turns negative in the later

sample period; leading to indication that the shift in market reactions may be due to increasing availability of CSR information. Additionally, the study finds that the environmental factor appears to be the main driver of shareholder returns.

It is important to note that both Brammer et al. (2006) and Manescu (2009) employ CSR performance indicator provided by independent research institutions. To the best of our knowledge, there is no any prior research that employs disaggregated CSR components in evaluating the association between CSR reporting and shareholder returns. Hence, the present study is intended to fill this gap. In addition to the aggregate CSR disclosure formulated in Hypothesis 1, we consider four dimensions as adopted by Branco and Rodrigues (2008) and Saleh et al. (2010), namely community involvement, product, employee relation, and the environment. Similar to the previous hypothesis, we do not predict the direction of the impacts of these four dimensions on shareholder returns. Based on this proposition, Hypotheses 2 to 5 are formulated as follows:

H2: There is a significant influence of the disclosure of community involvement information on shareholder returns.

H3: There is a significant influence of the disclosure of product information on shareholder returns.

H4: There is a significant influence of the disclosure of employee relation information on shareholder returns.

H5: There is a significant influence of the disclosure of environmental information on shareholder returns.

DATA AND METHODS

Sample and data

Our sample comprises listed firms on the Indonesia Stock Exchange (IDX) that operate in the so-called “high-profile” industries. We base our classification, whether an industry is considered high- or low-profile, on the industry classifications employed by the IDX. We only include firms in the high-profile industries since their operation is subject to greater public visibility, political exposure, and environmental sensitivity (Roberts, 1992; Newson and Deegan, 2002). Relatively similar to Adler and Milne (1997), the sectors of finance, trade, and property are considered low-profile industries, thereby those sectors are not included in the sample. To capture the recent development, the sample period employed in the present study is the period of 2008-2009. The period appears to be the most recent when this study is initially conducted. After eliminating firms with incomplete data required for the study, we obtain 117 firm-year observations, consisting of 53 and 64 firms for the financial years 2008 and 2009, respectively.

We employ the 2008 and 2009 annual reports as a source of information in collecting data on the level of CSR disclosure as Botosan (1997) argues that the annual report is considered the principal medium for a firm to convey detailed financial and non-financial information. The sample firms' annual reports are downloadable from the IDX's website. We also refer to the IDX's website to obtain data regarding the date of annual report publication, while data on share prices surrounding the publication date are obtained from *Yahoo! Finance*.

We also include a number of financial accounts and ratios as control variables in our models, which are obtained from the *IDX Factbook*.

Econometric model and variable measurement

The regression models below are specified to conduct hypothesis testing. Since this study employs an unbalanced panel data set, a series of tests are required to determine the most appropriate estimation technique. Equation (1) is employed to test Hypothesis 1, while Hypotheses 2 to 5 are tested using Equation (2). Three control variables are also included in both models, namely firm size, leverage, and the market-to-book ratio.

$$CAR = \alpha + \beta_1 CSRDI + \beta_2 SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 MTB + \varepsilon$$

$$CAR = \alpha + \beta_1 COMDI + \beta_2 PRODI + \beta_3 EMPDI + \beta_4 ENVDI + \beta_5 SIZE + \beta_6 LEV + \beta_7 MTB + \varepsilon$$

CAR is cumulative abnormal returns; *CSRDI* is CSR disclosure index; *SIZE* is the firm size; *DER* is debt-to-equity ratio; *MTB* is market-to-book ratio; *COMDI* is community involvement disclosure index; *PRODI* is product disclosure index; *EMPDI* is employee relation disclosure index; *ENVDI* is environmental disclosure index; *SIZE* is firm size; *LEV* is leverage; and *MTB* is the market-to-book ratio.

CAR is defined to be the sum of abnormal returns within the event window. In this study, similar to DeBondt and Thaler (1985), we employ the market-adjusted model, where the abnormal return is calculated by deducting the market equity return from a firm's equity return. Hence, the formula to

calculate the abnormal return is:

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

where R_{it} is the return for stock i on day t , while R_{mt} is the return for the market on day t . The market is proxied by the Stock Composite Index of the IDX. For the purpose of an event study, McWilliams and Siegel (1997) recommend the use of short window lengths to minimize the influence of other factors on the association being examined. However, the use of a too-short window (for example, the day before and the day after a particular event) is also considered problematic since there may be possibilities of information leaks or lagged reaction from investors (Arya and Zhang, 2009). Following Godfrey et al. (2009), this study employs a seventeen-day window, which consists of eight days before the annual report publication date, the publication date itself, and eight days following the publication date.

In determining CSR disclosure made by each firm (*CSRDI*), we use content analysis on information disclosed in the annual report. We construct a comprehensive checklist spanning four dimensions of CSR disclosure, namely community involvement, product, employee relation, and the environment. There are totally 47 disclosure items included in the checklist, which are derived from a number of previous studies, such as Haniffa and Cooke (2005) and Saleh et al. (2010). Similar to Haniffa and Cooke (2002), in scoring items, the approach is essentially dichotomous, where an item scores 1 if disclosed and 0 if it is not, without any penalty for each undisclosed item. Additionally, all items are equally

weighted. The index is calculated using the following formula:

$$CSRDI = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

where n_j is the number of items expected to be disclosed by company j ; whereas X_{ij} equals 1 if i th item is disclosed and 0 if i th item is not disclosed. Hence, the *CSRDI* would have the minimum value of 0.00 and the maximum value of 1.00. Such a procedure is also applied in determining the disclosure index for each dimension (*COMDI*, *PRODI*, *EMPDI*, and *ENVDI*).

EMPIRICAL RESULTS AND DISCUSSIONS

Descriptive statistics and correlation analysis

Table 1 reports the descriptive statistics of variables employed in this study. In terms of the market response, it is reported that the cumulative abnormal return surrounding the publication data is 7.75 per cent, on average. The mean and median values of the CSR disclosure index are 0.2993 and 0.2766, respectively; ranging from zero to 0.7234. This seems to indicate that the

Table 1
Descriptive statistics

Note: This table reports the descriptive statistics of variables employed in this study. *CAR* is cumulative abnormal returns during 17 days surrounding the annual report publication date. *CSRDI* is the corporate social responsibility disclosure index. *COMDI* is the community involvement disclosure index. *PRODI* is the product-related information disclosure index. *EMPDI* is the employee relations disclosure index. *ENVDI* is the environmental disclosure index. *SIZE* is the book value of total assets, measured in billions Indonesian Rupiah (IDR). *LEV* is the debt-to-equity ratio. *MTB* is the market value of equity divided by the book value of equity.

Variable	Mean	Median	Standard Deviation	Minimum	Maximum
Dependent variable					
<i>CAR</i>	0.0775	0.0090	0.2521	−0.2938	1.1662
Disclosure index					
<i>CSRDI</i>	0.2993	0.2766	0.1650	0.0000	0.7234
<i>COMDI</i>	0.3496	0.4000	0.2416	0.0000	0.9000
<i>PRODI</i>	0.2279	0.1667	0.2259	0.0000	0.8333
<i>EMPDI</i>	0.3054	0.3182	0.1710	0.0000	0.7727
<i>ENVDI</i>	0.2764	0.2222	0.2693	0.0000	1.0000
Control variables					
<i>SIZE</i> (IDR billion)	8,408	3,719	14,420	62	91,256
<i>LEV</i>	1.7274	0.9000	3.2998	−3.7000	27.0700
<i>MTB</i>	2.4132	1.4100	4.2498	−0.8300	35.4500

With respect to control variables, firm size is defined to be the natural log of the book value of assets. Leverage represents the firm's debt level, which is calculated as the ratio of liabilities to equity. Finally, the market-to-book ratio is calculated as the market value of equity divided by the book value of equity.

level of CSR disclosure among Indonesian listed firms is generally low. When the disclosure index is disaggregated into four dimensions, we find that the community involvement disclosure index demonstrates the highest score at 0.3496. Among the four dimensions, the lowest score goes to product information disclosure, with the

index recorded at 0.2279, on average. Control variables generally show a great range. Firm size, which is proxied by total assets, ranges from Indonesian Rupiah (IDR) 62 billion to IDR 91,256 billion; with the average of IDR 8,408 billion. The average values of the debt-to-equity and market-to-book ratios are recorded at 1.7274 and 2.4132, respectively.

product and employee are found to show no significant correlation. This finding will be further tested in regression analysis. While the four dimensions are positively and significantly correlated each other, in general; it is reported that a significant correlation does not exist between environmental and employee-related disclosures.

Table 2
Correlation matrix

Note: This table reports Pearson correlation coefficients between research variables. *CAR* is cumulative abnormal returns during 17 days surrounding the annual report publication date. *CSRDI* is the corporate social responsibility disclosure index. *COMMI* is the community involvement disclosure index. *PRODI* is the product-related information disclosure index. *EMPDI* is the employee relations disclosure index. *ENVDI* is the environmental disclosure index. *SIZE* is the book value of total assets, measured in billions Indonesian Rupiah (IDR). *LEV* is the debt-to-equity ratio. *MTB* is the market value of equity divided by the book value of equity. *, **, and *** denote statistical significance (two-tailed) at the 10, 5, and 1 per cent levels, respectively.

Variable	<i>CAR</i>	<i>CSRDI</i>	<i>COMMI</i>	<i>PRODI</i>	<i>EMPDI</i>	<i>ENVDI</i>	<i>SIZE</i>	<i>LEV</i>	<i>MTB</i>
<i>CAR</i>	1.000								
<i>CSRDI</i>	0.077	1.000							
<i>COMMI</i>	0.177*	0.821***	1.000						
<i>PRODI</i>	0.000	0.387***	0.173*	1.000					
<i>EMPDI</i>	-0.132	0.885***	0.589***	0.255***	1.000				
<i>ENVDI</i>	0.275***	0.791***	0.619***	0.110	0.549***	1.000			
<i>SIZE</i>	0.016	0.396***	0.373***	-0.011	0.428***	0.238***	1.000		
<i>LEV</i>	-0.124	-0.117	-0.058	-0.200**	-0.033	-0.151	0.080	1.000	
<i>MTB</i>	-0.124	0.028	0.109	-0.042	0.017	-0.020	0.035	0.196**	1.000

The result of correlation analysis between research variables is presented in Table 2. We report that the aggregate CSR disclosure index is not significantly correlated with abnormal returns, providing preliminary support to reject Hypothesis 1. A different result is found when the overall index is disaggregated into four dimensions. The correlation matrix demonstrates that the abnormal return during the event window has a significant correlation with community-related and environmental disclosure indices, both in a positive direction. However, the disclosures of

In terms of control variables, we find that firm size has a positive correlation with the aggregate CSR disclosure, providing a basis to argue that larger firms tend to have higher incentives to disclose information in their corporate annual reports. Such a significant correlation is also found for all dimensions of CSR disclosure, except for product-related information. Additionally, the result of correlation analysis also demonstrates that firms with a higher level of debt tend to disclose more information about products.

Regression analysis

In examining the market reaction to CSR disclosure, we employ regression analysis. The results are presented in Table 3. Before running regressions, the models are tested to make sure that they do not suffer from multicollinearity, heteroskedasticity, and autocorrelation problems. Multicollinearity problems seem not to exist because correlation coefficients between explanatory variables are reported below 0.80. To deal with potential heteroskedasticity and autocorrelation problems, we employ *t*-statistics based on robust standard errors. Since the present study uses a panel data set, the Chow and Hausman tests are conducted to determine the appropriate estimation technique. The results of the two tests support the random-effects method.

In Model (1) of Table 3, which reports the regression of CAR on the CSR disclosure index, we fail to find a significant association between the two variables; therefore Hypothesis 1 is not supported. This implies that the market tends not to react significantly to the aggregate CSR disclosure. This result is consistent with Cellier and Chollet (2011) who also document similar results based on a sample of European companies. Since CSR practices comprise several different components, the aggregation could lead to confounding effects due to different reactions to each component (Galema et al., 2008; Cellier and Chollet, 2011). Additionally, Galema et al. (2008) also argue that difficulties in finding the significant impact of CSR on stock returns may be explained by the use of aggregate measures of CSR. In their study on corporate governance rating,

Ertugrul and Hegde (2009) find that the aggregate score demonstrates a relatively poor predictive power. Accordingly, Model (1) has an insignificant value of *F*-statistic, suggesting that the aggregate CSR disclosure has a poor predictive power in explaining variability in investors' reaction.

Employing the disaggregated measures of CSR, Model (2) examines how each dimension influences abnormal returns. Similar to results provided by Brammer et al. (2006) and Manescu (2009), it is also revealed that each component of CSR leads to different market reactions. Positive reactions are found for community-related and environmental disclosures, while a negative reaction is reported for the disclosure of employee-related information. Differently, there is no significant influence of product-related information disclosure on shareholders' returns. Overall, our findings suggest that disaggregated measures of CSR disclosure tend to be more powerful than the aggregated one.

Supporting Hypothesis 2, *COMDI* is significant and positive. Particular groups of investors may be attracted to companies that actively contribute to local communities (Schwab and Thomas, 1998). Cox et al. (2004) also contend that community involvement activities carried out by a firm contribute to attracting long-term investors. Further, as suggested by Brammer et al. (2006), a firm's engagement in funding community projects may strengthen brand images and consumer loyalty, leading to good perception among investors. On the other hand, *PRODI* is found to be insignificant, providing no support for

Hypothesis 3. It seems that the disclosure of product information, which is perceived by the company as useful information for stakeholders, is considered neither favourably nor unfavourably by investors. As Benston (1997) contends, if investors cannot identify how a particular product

advantageous perception may boost firm value in the market. However, our result reports that such information is deemed relatively unfavourable by investors. This finding is consistent with that reported by Brammer et al. (2006) and Manescu (2009).

Table 3
Regression results

Note: This table reports the random-effects regressions of cumulative abnormal returns on CSR disclosure, using both aggregated and disaggregated measures. *CSRDI* is the corporate social responsibility disclosure index. *COMDI* is the community involvement disclosure index. *PRODI* is the product-related information disclosure index. *EMPDI* is the employee relations disclosure index. *ENVDI* is the environmental disclosure index. *SIZE* is the book value of total assets, measured in billions Indonesian Rupiah (IDR). *LEV* is the debt-to-equity ratio. *MTB* is the market value of equity divided by the book value of equity. The *t*-statistics are reported based on robust standard errors. *, **, and *** denote statistical significance (two-tailed) at the 10, 5, and 1 per cent levels, respectively.

	Model (1)		Model (2)	
	Coefficient	<i>t</i> -statistic	Coefficient	<i>t</i> -statistic
Intercept	-0.027	-0.307	0.080	0.924
<i>CSRDI</i>	0.012	0.100		
<i>COMDI</i>			0.218 **	2.051
<i>PRODI</i>			0.034	0.338
<i>EMPDI</i>			-0.732 ***	-3.177
<i>ENVDI</i>			0.359 ***	2.675
<i>SIZE</i>	0.017	1.183	0.008	0.613
<i>LEV</i>	-0.009 **	-2.612	-0.004	-0.861
<i>MTB</i>	-0.007	-1.416	-0.007 *	-1.845
<i>R</i> ²	0.038		0.233	
Adjusted <i>R</i> ²	0.004		0.184	
<i>F</i> -statistic	1.103		4.743 ***	
Prob. <i>F</i> -statistic				

is different from others, such information may become meaningless for them.

Hypothesis 4 is also supported, since a negative and significant association is found between employee-related information disclosure and abnormal returns surrounding the annual report publication date. A higher level of employee disclosure partly indicates the firm's awareness to transparently disclose its employee-related policies, thereby indicating that the firm will be able to attract and maintain good employees (McGuire et al., 1988). This

Finally, supporting Hypothesis 5, environmental disclosure is positively associated with shareholders' return surrounding the event date. Hence, this implies that investors value a higher level of environmental information disclosure, which represents the firm's concern on environmental issues. Due to recent development, including environmental degradation and global warming, investors seem to put increasingly serious concerns on environmental aspects relating to a firm's business operation. Ullmann (1985)

suggests that awareness of environmental issues can be expected to minimize potential costs due to lawsuits against the firm. These concerns may lead to investors' appreciation to the firm's intention to disclose its environmental management and policies in the annual report.

liquidity, and wider coverage from analysts (Brammer and Pavelin, 2004; Haniffa and Hudaib, 2006; Artiach et al., 2009). The results are displayed in Table 4. We employ the interaction term between the disclosure index (using both aggregated and disaggregated measures) and firm size.

Table 4
Regression results on the role of firm size

Note: This table reports the random-effects regressions of cumulative abnormal returns on the interaction terms between CSR disclosure, using both aggregated and disaggregated measures, and firm size. *FSIZE* is dichotomous, equalling 1 if the firm's book value of total assets is greater than the median value (IDR 3,719 billion) and 0 otherwise. *CSRDI* is the corporate social responsibility disclosure index. *COMDI* is the community involvement disclosure index. *PRODI* is the product-related information disclosure index. *EMPDI* is the employee relations disclosure index. *ENVDI* is the environmental disclosure index. *LEV* is the debt-to-equity ratio. *MTB* is the market value of equity divided by the book value of equity. The *t*-statistics are reported based on robust standard errors. *, **, and *** denote statistical significance (two-tailed) at the 10, 5, and 1 per cent levels, respectively.

	Model (1)		Model (2)	
	Coefficient	<i>t</i> -statistic	Coefficient	<i>t</i> -statistic
Intercept	0.070	0.948	0.081	1.465
<i>FSIZE</i>	0.020	0.193	0.041	0.429
<i>CSRDI</i>	0.096	0.355		
<i>CSRDI * FSIZE</i>	−0.017	−0.051		
<i>COMDI</i>			−0.020	−0.126
<i>PRODI</i>			−0.085	−0.769
<i>EMPDI</i>			−0.464 *	−1.757
<i>ENVDI</i>			0.836 ***	3.321
<i>COMDI * FSIZE</i>			0.412 **	2.038
<i>PRODI * FSIZE</i>			0.194	1.015
<i>EMPDI * FSIZE</i>			−0.392	−0.881
<i>ENVDI * FSIZE</i>			−0.581 *	−1.845
<i>LEV</i>	−0.008	−1.020	−0.003	−0.608
<i>MTB</i>	−0.006	−1.123	−0.007 *	−1.734
<i>R</i> ²	0.031		0.294	
Adjusted <i>R</i> ²	−0.013		0.221	
<i>F</i> -statistic	0.711		3.983 ***	
Prob. <i>F</i> -statistic				

Further analysis: Does firm size matter?

In further analysis, we investigate whether firm size plays an important role in explaining investors' reaction to CSR disclosure. Larger firms in the capital market are generally subject to greater visibility politically, higher stock

Firm size is dichotomous, equaling 1 if the firm's book value of assets is greater than median (IDR 3,719 billion) and 0 otherwise.

In Model (1) of Table 4, the interaction term between *CSRDI* and firm size is insignificant, suggesting that investors'

insignificant reaction to CSR disclosure applies for both larger and smaller firms. In other words, larger size of a firm does not lead to advantageous favourable perception among investors, taking into account the aggregated CSR measure. The explanatory power of Model (1) is very low, with the value of *F*-statistic being insignificant in explaining the variability in abnormal returns.

Additionally, we also employ disaggregated measures of CSR disclosure to investigate the role of firm size in explaining the association between abnormal returns and dimensional indices, and the results are presented in Model (2) of Table 4. The interaction term between *COMDI* and firm size is positive and significant at the 5 per cent level, which suggests that the market's positive reaction to community involvement disclosure is stronger in family-controlled firms. This somehow explains that larger firms are expected to play an active role in community projects and activities. In developing countries where the level of social welfare is relatively lower, awareness among large firms on such issues seems to be perceived as an advantageous factor by the market, leading to a higher level of abnormal returns.

The interaction term between *PRODI* and firm size is insignificant, suggesting that firm size does not play a crucial role in explaining the market's reaction to product-related information disclosure. This again underlines the argument of Benston (1997) that if investors cannot identify how a particular product is different from others, product-related information can go meaningless. The same finding is also

reported for *EMPDI*. While the influence of *EMPDI* on shareholder returns is significantly negative in Table 3, firm size appears not to be a significant determinant in explaining the reaction. Further, this may also suggest that when employee-related information is disclosed by larger firms, the negative reaction can be mitigated.

In Table 3, it has been reported that the market positively reacts to environmental disclosure. Surprisingly, Model (2) of Table 4 reports that the interaction term between *ENVDI* and firm size is negative and significant at the 10 per cent level. This means that the higher the environmental disclosure level of a larger firm, the lower the abnormal returns gained in the market. Larger firms, through its more complex business operations, seem to possess a higher level of environmental impacts. To mitigate the negative environmental impacts, which can impose negative publicity, they may have to undertake a series of complex environmental management system and policies. When such policies are disclosed in the annual report, the market may consider this information relatively unfavourable and, hence, demonstrate a lower level of appreciation.

Given all findings presented above, our results need to be interpreted in caution. As Harrison and Freeman (1999) explain, the basic assumption of event studies is that investors understand how a particular event brings about economic consequences. Further, in Indonesia's capital market that is characterized by a lack of strong-form efficiency, the market may not fully absorb value-relevant information. Hence, stock prices may not immediately adjust

to public information once it is released. These propositions make the use event studies possessing limited application. Based on our empirical analysis, as well as the results of prior studies, it seems to be reasonable to conclude that abnormal stock returns may be somehow *associated* with the level of CSR disclosure. Cajueiro and Tabak's (2004) study suggests that most emerging capital markets tend to be increasingly efficient over time. However, it seems to be inappropriate to state that abnormal returns gained surrounding the publication date is definitely triggered by CSR information disclosed in the annual report.

FINAL REMARKS

Firms' awareness on CSR practices is partly indicated through the disclosure of such information in corporate reports. Information disclosed in the annual report by publicly-listed firms may convey either favourable or unfavourable information for investors, leading to particular reaction and the level of stock returns surrounding the publication date. This study investigates the market's reaction to CSR information disclosed in the annual report. Our sample comprises 117 firm-year observations, which are drawn from "high-profile industry" firms on the IDX that published the 2008 and 2009 annual reports. Instead of merely looking into the aggregate measure of CSR disclosure, we also employ the disaggregated measures considering four dimensions, namely community involvement, product, employee relations, and the environment.

Using the aggregate measure, CSR disclosure is not significantly responded

by the market. This finding supports propositions provided in prior studies that the aggregate measures often fail to explain the variability of firm performance surrounding the publication date due to potential confounding effects. In another model, market reaction is examined to each dimension of CSR. It is revealed that cumulative abnormal returns are positively associated with community-related and environmental disclosures, suggesting that these dimensions are deemed advantageous and favourable by investors. In contrast, the market puts less appreciation to the disclosure of employee-related information, while product-related disclosure demonstrates no significant response from the market.

In further analysis, we investigate the role of firm size in explaining investors' reaction to CSR disclosure. Employing the aggregate measure, firm size does not play an important role in explaining the market's reaction. Taking into account dimensional disclosure, a higher level of appreciation is found when a large firm disclose more information regarding community involvement. However, when larger firms disclose more environmental information, we find that the market's reaction tends to be lower. It is important to note that the findings should be interpreted cautiously, since event studies generally assume that market efficiency tends to be strong and that investors understand the economic effects of a particular event.

For investors, our findings may provide them with additional insights in setting expectations regarding stock returns that can be gained surrounding the publication

of the annual report. This study is still subject to a number of limitations. Since we only employ two-year data, future studies are suggested to incorporate a longer time span to provide more reliable insights on how investors react to corporate disclosure. Additionally, our sample size is relatively small, mainly because information on the annual report publication date for many companies cannot be obtained. Finally, since the use of event studies in this research stream is considered of limited application, it is suggested that future research employs additional research methods (e.g. a survey of investor opinions) in assessing investors' reaction to the disclosure of CSR activities in corporate reports.

ACKNOWLEDGEMENT

The views expressed in this paper are those of author and do not necessarily represent the views of the authors' institutions.

References

- Adler, R. W. & Milne, M. J. (1997). Media exposure, company size, industry, and social disclosure practices. Paper presented at the 5th International Perspectives on Accounting (IPA) Conference, Manchester.
- Anderson, J. C. & Frankle, A. W. (1980). Voluntary social reporting: An iso-beta portfolio analysis. *The Accounting Review*, 55, 467-479.
- Arya, B. & Zhang, G. (2009). Institutional reforms and investor reactions to CSR announcements: Evidence from an emerging economy. *Journal of Management Studies*, 46, 1089-1112.
- Artiach, T., Lee, D., Nelson, D., & Walker, J. (2009). The determinants of corporate sustainability performance. *Accounting & Finance*, 50, 31-51.
- Belkaoui, A. (1976). The impact of the disclosure of the environmental effects of organizational behavior on the market. *Financial Management*, 5, 26-31.
- Benston, J. (1997). Voluntary vs. mandated disclosure (an evaluation of the basis for the recommendations of the working group on improved product and adviser disclosure). Report prepared for the New Zealand Business Roundtable, Wellington.
- Blacconiere, W. G. & Patten, D. M. (1994). Environmental disclosures, regulatory costs, and changes in firm value. *Journal of Accounting and Economics*, 18, 357-377.
- Botosan, C. A. (1997). Disclosure level and the cost of equity capital. *The Accounting Review*, 72, 323-349.
- Brammer, S., Brooks, C., & Pavelin, S. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from aggregate measures. *Financial Management*, 35, 97-116.
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2004). Building a good reputation. *European Management Journal*, 22, 704-713.
- Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2008). Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies. *Journal of Business Ethics*, 83, 685-701.
- Cajueiro, D. O. & Tabak, B. M. (2004). The Hurst exponent over time: Testing

- the assertion that emerging markets are becoming more efficient. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 336, 521-537.
- Capelle-Blancard, G. & Petit, A. (2011). Every little helps? ESG news disclosure and stock market reaction. Unpublished working paper, Universite Paris 1, Paris, France.
- Chapple, W. & Moon, J. (2005). Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR web site reporting. *Business & Society*, 44, 415-441.
- Cheng, M. & Christiawan, Y. J. (2011). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap abnormal return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13, 24-36.
- Chollet, P. & Cellier, A. (2011). The impact of corporate social responsibility rating announcements on European stock prices. Paper presented at the International Conference of the French Finance Association (AFFI), Montpellier.
- Cochran, P. L. & Wood, R. A. (1984). Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, 27, 42-56.
- Copeland, T., Murrin, J., & Koller, T. (1994). *Valuation*, 2nd edition. New York: John Wiley & Sons.
- Cowen, S. S., Ferreri, L. B., & Parker, L. D. (1987). The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: A typology and frequency-based analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12, 111-122.
- Cox, P., Brammer, S., & Millington, A. (2004). An empirical examination of institutional investor preferences for corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 52, 27-42.
- Dahlia, L. (2010). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntabilitas*, 9.
- Damak-Ayadi, S. (2011). Market reaction to social disclosures produced outside the firm: The French evidence. *International Journal of Accounting, Auditing & Performance Evaluation*, 7, 200-218.
- De Bondt, W. F. M. & Thaler, R. H. (1985). Does the stock market overreact? *The Journal of Finance*, 40, 793-805.
- De Villiers, C. & Van Staden, C. J. (2006). Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. *Accounting, Organizations & Society*, 31, 763-781.
- Deegan, C. (2006). *Financial accounting theory*. Sydney: McGraw-Hill Irwin.
- Ertugrul, M. & Hegde, S. (2009). Corporate governance ratings and firm performance. *Financial Management*, 38, 139-160.
- Fama, E. F. (1991). Efficient capital markets II. *The Journal of Finance*, 40, 1575-1617.
- Freedman, M. & Stagliano, A. J. (1991). Differences in social-cost disclosures:

- A market test of investor reactions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 4, 68-83.
- Galema, R., Plantinga, A., & Scholtens, B. (2008). The stocks at stake: Return and risk in socially responsible investment. *Journal of Banking & Finance*, 32, 2646-2654.
- Garcia-Sanchez, I. M. (2008). Corporate social reporting: Segmentation and characterization of Spanish companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 187-198.
- Godfrey, P. C., Merrill, C. B., & Hansen, J. M. (2009). The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: An empirical test of the risk management hypothesis. *Strategic Management Journal*, 30, 425-445.
- Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension. *Journal of Business Finance & Accounting*, 28, 327-356.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8, 47-77.
- Griffin, P. A. & Sun, Y. (2012). Going green: Market reaction to CSR newswire services. Unpublished working paper, University of California, Davis.
- Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K., & Ricceri, F. (2004). Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital*, 5, 282-293.
- Hackston, D. & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9, 77-108.
- Haniffa, R. & Hudaib, M. (2006). Corporate governance structure and performance of Malaysian listed companies. *Journal of Business Finance & Accounting*, 33, 1034-1062.
- Haniffa, R. M. & Cooke, T. E. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. *Abacus*, 38, 317-349.
- Haniffa, R. M. & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391-430.
- Harrison, J. S. & Freeman, R. E. (1999). Stakeholders, social responsibility, and performance: Empirical evidence and theoretical perspectives. *The Academy of Management Journal*, 42, 479-485.
- Heinze, D. C. (1976). Financial correlates of a social involvement measure. *Akron Business and Economic Review*, 7, 48-51.
- Ingram, R. W. (1978). An investigation of the information content of (certain) social responsibility disclosures. *Journal of Accounting Research*, 16, 270-285.
- Karemera, D., Ojah, K., & Cole, J. A. (1999). Random walks and market

- efficiency tests: Evidence from emerging equity markets. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 13, 171-188.
- Mackey, A., Mackey, T. B., & Barney, J. B. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *Academy of Management Review*, 32, 817-835.
- Manescu, C. (2009). Do investors perceive Corporate Social Responsibility as a risk factor? Evidence from an asset pricing analysis. Unpublished working paper, Center for Finance, Gothenburg University, Gothenburg.
- McGuire, J., Sundgren, A., & Schneeweis, T. (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *The Academy of Management Journal*, 31, 854-872.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (1997). Event studies in management research: Theoretical and empirical issues. *The Academy of Management Journal*, 40, 626-657.
- Meliana (2011). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap return saham dengan kecanggihan investor sebagai variabel pemoderasi. Unpublished master thesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Murray, A., Sinclair, D., Power, D., & Gray, R. (2006). Do financial markets care about social and environmental disclosure? Further evidence and exploration from the UK. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19, 228-255.
- Newson, M. & Deegan, C. (2002). Global expectations and their association with corporate social disclosure practices in Australia, Singapore, and South Korea. *The International Journal of Accounting*, 37, 183-213.
- Ojah, K. & Karemera, D. (1999). Random walks and market efficiency tests of Latin American emerging equity markets: A revisit. *The Financial Review*, 34, 57-72.
- Parsa, S. & Deng, L. X. (2008). Capital markets' reactions to social information announcements. *International Journal of Accounting and Finance*, 1, 107-120.
- Patten, D. M. (1990). The market reaction to social responsibility disclosures: the case of the Sullivan principles signings. *Accounting, Organizations & Society*, 15, 575-587.
- Preston, L. E. & O'Bannon, D. P. (1997). The corporate social-financial performance relationship: a typology and analysis. *Business & Society*, 36, 419-429.
- Richardson, A. J., Welker, M., & Hutchinson, I. R. (1999). Managing capital market reactions to social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 1, 17-43.
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17, 595-612.
- Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed

- companies in Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 25, 591-613.
- Schwab, S. J. & Thomas, R. S. (1998). Realigning corporate governance: shareholder activism by labour unions. *Michigan Law Review*, 96, 1018-1094.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shane, P. B. & Spicer, B. H. (1983). Market response to environmental information produced outside the firm. *The Accounting Review*, 58, 521-538.
- Simpson, W. G. & Kohers, T. (2002). The link between corporate social and financial performance: Evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, 35, 97-109.
- Tsoutsoura, M. (2004). *Corporate social responsibility and financial performance*. Unpublished working paper, Haas School of Business, University of California at Berkeley.
- Ullmann, A. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance. *Academy of Management Review*, 10, 540-577.
- Waldman, D. A., Siegel, D. S., & Javidan, M. (2006). Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, 43, 1703-1725.
- Worthington, A. C. & Higgs, H. (2005). Weak-form market efficiency in Asian emerging and developed equity markets: Comparative tests of random walk behaviour. Unpublished working paper, University of Wollongong, Wollongong.

Pengaruh Anteseden Niat Rekomendasi Terhadap Pertumbuhan Net Promoter Score® Dan Pertumbuhan Pendapatan Perusahaan

Sandy Christian Listiono

Dudi Anandya

PT Maspion Surabaya

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

sandy_archangelz@yahoo.com

samkidud@gmail.com

Abstract

Business nowadays is growing rapidly and complex that makes competition moving faster (Fornell, 2007). Most company applied various method to measure customer satisfaction in order to monitor their performance (Anderson et al., 1994), which is according to Keiningham et al. (2008), it is not suitable enough. Reichheld (2003) argue that the measurement of customer loyalty were considered could give better picture to predict the income growth of a company. Such prediction could be clearly described by using the concept of Net Promoter Score® that based on the recommend intention of loyal customer. The research's purpose is to analyze the influence of recommend intention's antecedent toward the growth of Net Promoter Score® and the growth of company's revenue. The object of the research is PT X Laser Metalindo in Surabaya. While the respondent of the research are 100 companies which are the customer of PT X that is chosen with Stratified Random Sample method. The study findings suggest that the pathway of the recommend intention's antecedent that proved significant was from the service quality, customer value, customer satisfaction and company reputation towards the growth of the Net Promoter Score®. But Reichheld's theory related to the influence and correlation of the Net Promoter Score® on the revenue growth is not proven.

Key words: recommend intention, Net Promoter Score®, revenue growth

PENDAHULUAN

Dunia usaha dewasa ini semakin bertumbuh dan kompleks. Banyaknya pemain baru yang masuk dalam pasar, kondisi perekonomian yang tidak menentu, serta kebutuhan konsumen yang dinamis membuat kompetisi bergerak semakin cepat (Fornell, 2007). Sebagai konsekuensinya, setiap perusahaan bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, karena pelanggan yang puas akan menjadi

sumber pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan agar dapat terus tumbuh dan lestari (Anderson *et al.*, 1994). Tak terkecuali bagi PT X Laser Metalindo Surabaya (PT X), yakni perusahaan *job shop* dengan kompetensi utama di bidang pemotongan lembaran metal dengan teknologi laser CNC (*computer numerical control*). Perusahaan *job shop* pada umumnya adalah suatu perusahaan manufaktur dengan skala kecil yang melakukan proses manufaktur

terkustomisasi dalam jumlah kecil. Sebuah perusahaan *job shop* menggunakan metode *made to order* sebagai dasar perencanaan produksinya. Proses produksi dalam *job shop* ini tidak kontinyu seperti dalam perusahaan manufaktur untuk produk masal, sehingga untuk tiap pesanan pelanggan maka jalur dan rantai proses produksi harus diatur ulang dan disesuaikan sesuai permintaan pelanggan (Bozzone, 2001).

PT X adalah *job shop* dengan spesialisasi dalam bidang pemrosesan lembaran metal hingga menjadi barang jadi. Adapun yang menjadi kompetensi utama PT X adalah pemotongan lembaran metal dengan teknologi laser CNC. PT X mulai beroperasi di Surabaya sejak Agustus 2003, dimana pada awalnya merupakan perusahaan *joint venture* antara perusahaan Jerman yaitu Trumpf Mfg GmbH + Co. KG (Trumpf) dengan perusahaan PMDN Indonesia yaitu PT Guna Elektro (PT GAE) dengan kepemilikan masing-masing 50%.

Tujuan awal didirikannya perusahaan ini adalah menjadi pusat percontohan bagi calon pelanggan produk Trumpf. GAE sebagai perusahaan induk PT X sejak tahun 1982 juga menjadi penyalur untuk produk Trumpf di wilayah Asia Pasifik. Sebagai bagian dari Trumpf, maka PT X didukung oleh fasilitas permesinan yang modern dari Jerman, antara lain *laser cutting machine*, *punching machine*, *CNC bending machine* dan lain sebagainya.

Setelah hampir setahun beroperasi, pemilik dan direksi dari PT GAE dan PT X melihat adanya sebuah potensi bisnis selain menjadi pusat percontohan produk Trumpf. Prospek industri jasa *sheet metal*

processing di Surabaya dipandang sangat prospektif. Berdasarkan perundingan antara pemilik dan direksi PT GAE dan PT X dengan pihak Trumpf, maka sejak tahun 2005, PT X resmi menjadi sebuah *sheet metal job shop*.

Dari tahun ke tahun, PT X mengalami perkembangan yang signifikan. Diawali hanya dengan 10 orang karyawan pada tahun 2003, kemudian dalam kurun waktu 5 tahun pada tahun 2008 meningkat menjadi 29 orang dengan pertumbuhan 38,10%. Meski kemudian pada tahun 2009 angka pertumbuhan tidak sebesar tahun sebelumnya namun pada pertengahan 2011 PT X telah berkembang menjadi *job shop* yang cukup besar dengan jumlah karyawan mencapai 71 orang dengan angka pertumbuhan 42,00%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Indikator perkembangan lainnya adalah jumlah pelanggan PT X juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat Tabel 2, dimana menurut data yang tercatat mulai tahun 2005, jumlah pelanggan PT X sebanyak 212 pelanggan, kemudian pada tahun 2006 meningkat menjadi 269 pelanggan dengan pertumbuhan 26,89%. Tren ini berlanjut pada tahun-tahun berikutnya hingga pada pertengahan tahun 2011, jumlah pelanggan PT X mencapai 1326 pelanggan dengan angka pertumbuhan 46,51%. Adapun menurut data yang tercatat hingga pertengahan tahun 2011, profil pelanggan PT X menurut jenis transaksinya adalah 92% pelanggan B2B (*business-to-business*) dan pelanggan 8% B2C (*business-to-consumer*).

Tabel 1
Rekapitulasi Pertumbuhan Jumlah
Karyawan PT X Surabaya
Tahun 2003 – Pertengahan 2011

Tahun	Jumlah Karyawan	Pertumbuhan Jumlah Karyawan (%)
2003	10	-
2004	11	10,00
2005	13	18,18
2006	16	23,07
2007	21	31,25
2008	29	38,10
2009	38	31,03
2010	50	31,57
2011(pertengahan)	71	42,00

Sumber: Internal PT X Laser Metalindo Surabaya (2011)

Tabel 2
Rekapitulasi Pertumbuhan Jumlah
Pelanggan PT X Surabaya
Tahun 2005 – Pertengahan 2011

Tahun	Jumlah Pelanggan	Pertumbuhan Jumlah Pelanggan (%)
2005	212	-
2006	269	26,89
2007	348	29,37
2008	459	31,89
2009	624	35,94
2010	905	45,03
2011(pertengahan)	1326	46,51

Sumber: Internal PT X Laser Metalindo Surabaya (2011)

PT X memiliki visi “untuk menjadi *job shop* panutan dalam industri jasa *sheet metal processing* di kawasan Indonesia Timur”. Sesuai dengan visi tersebut, maka PT X selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya kepada seluruh pelanggan PT X, dengan harapan kepuasan pelanggan PT X akan semakin meningkat, dan selanjutnya akan menjadi

penggerak bagi pertumbuhan PT X. Pimpinan, manajemen dan divisi pemasaran PT X sangat menyadari arti penting dari kepuasan pelanggan terhadap pertumbuhan PT X. Maka, PT X secara konsisten terus memantau perkembangan kepuasan pelanggannya dengan mengadakan survei rutin tahunan berbentuk kuesioner kepuasan pelanggan yang dimulai sejak tahun 2007 kepada para pelanggannya untuk menjadi masukan bagi PT X agar dapat menjadi lebih baik.

Menurut hasil kuesioner, Pada tahun 2007 indeks kepuasan pelanggan sebesar 87,65% akan tetapi mengalami penurunan pada tahun 2008 menjadi 82,86%, pada tahun 2009 kembali menurun menjadi 80,72% dan pada tahun 2010 turun mencapai 78,90%. Data sekunder rekapitulasi hasil kuesioner kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 3. Dari hasil survei kepuasan pelanggan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelanggan dari tahun ke tahun semakin tidak puas dengan pelayanan PT X. Hal ini mendapat perhatian serius dari pimpinan, manajemen dan divisi pemasaran PT X.

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kepuasan
Pelanggan PT X Surabaya
Tahun 2007 – 2010

Tahun	Jumlah Responden	Indeks Kepuasan Pelanggan (%)
2007	348	87,65
2008	459	82,86
2009	624	80,72
2010	905	78,90

Sumber: Internal PT X Laser Metalindo Surabaya (2011)

Secara logis dapat dipahami bila semakin banyak pelanggan yang merasa tidak puas, maka angka pembelian ulang akan menurun dan frekuensi pembelian pelanggan akan berkurang dan hal tersebut akan berpengaruh pada pendapatan perusahaan (Donio *et al.*, 2006). Hasil ini sesuai dengan beberapa hasil penelitian bidang pemasaran yang mengkaji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap perilaku pelanggan dan pengaruhnya pada performa bisnis perusahaan (Cooil *et al.*, 2007 dan Keiningham *et al.*, 2008).

Namun, rekapitulasi data pertumbuhan pendapatan (*firm revenue growth*) pada Tabel 4 justru menunjukkan hal paradoks. Di saat kepuasan pelanggan menurun, pendapatan PT X mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang tercatat mulai tahun 2007, pertumbuhan pendapatan PT X mencapai angka 18,42% pada tahun 2008, kemudian tumbuh hingga mencapai 26,60% pada tahun 2009 dan pada tahun 2010 kembali naik hingga 42,11%.

Tabel 4
Rekapitulasi Pertumbuhan Pendapatan
PT X Surabaya
Tahun 2007 – 2010

Tahun	Pendapatan (Miliar Rupiah)	Pertumbuhan Pendapatan (%)
2007	3,8	-
2008	4,5	18,42
2009	5,7	26,60
2010	8,1	42,11

Sumber: Internal PT X Laser Metalindo Surabaya (2011)

Pada tahun 2008 dimana terjadi pertumbuhan pendapatan dari tahun 2007 yakni sebesar 18,42% , pada tahun tersebut jumlah pelanggan meningkat

sebesar 31,89%, namun indeks kepuasan pelanggan menurun menjadi 82,86% dari sebelumnya yakni 87,65%. Kemudian pada tahun 2009 sewaktu pertumbuhan pendapatan naik menjadi 26,00%, jumlah pelanggan meningkat sebesar 35,94% namun indeks kepuasan pelanggan kembali menurun menjadi 80,72%. Hal serupa juga terjadi pada tahun 2010 dimana jumlah pelanggan naik 45,03% dan pendapatan naik sebesar 42,11%, akan tetapi indeks kepuasan pelanggan turun menjadi 78,90%. Rekapitulasi mengenai fenomena paradoks ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5
Perbandingan Pertumbuhan Jumlah
Pelanggan,
Indeks Kepuasan Pelanggan dan
Pertumbuhan Pendapatan
PT X Surabaya
Tahun 2007 – 2010

Tahun	Pertumbuhan Jumlah Pelanggan (%)	Indeks Kepuasan Pelanggan (%)	Pertumbuhan Pendapatan (%)
2007	29,37	87,65	-
2008	31,89	82,86	18,42
2009	35,94	80,72	26,60
2010	45,03	78,90	42,11

Sumber: Internal PT X Laser Metalindo Surabaya (2011)

Dengan melihat fakta tersebut, maka pimpinan, manajemen dan divisi pemasaran PT X berargumen bahwa pengukuran kepuasan pelanggan semata-mata tidak dapat memberikan gambaran yang tepat terhadap pertumbuhan pendapatan PT X. Dalam kasus PT X, diduga ada faktor penyebab lain selain semata-mata kepuasan pelanggan yang menjadi pendorong pertumbuhan pendapatan PT X, akan tetapi hingga kini masih belum diketahui secara pasti. Timbul pula kekhawatiran bila faktor

penyebab ini belum ditemukan, maka bila suatu saat indeks kepuasan pelanggan dan tingkat pertumbuhan pendapatan PT X menurun, dikhawatirkan PT X tidak akan dapat melakukan upaya pembenahan diri secara signifikan dan dapat berimbas buruk bagi kelangsungan perusahaan.

Keiningham *et al.* (2008) mengatakan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan memang memiliki beberapa kelemahan. Kaitan antara kepuasan pelanggan, perilaku dan performa finansial perusahaan dinilai terlalu sederhana. Manajemen acapkali mengalami kesulitan dalam mengartikan dan mengambil tindakan menurut penilaian kepuasan pelanggan tersebut, dalam artian seberapa besarkah kepuasan pelanggan harus ditingkatkan agar diperoleh hasil yang positif bagi pertumbuhan perusahaan. Sebagai konsekuensinya, banyak manajer dan pimpinan perusahaan yang berusaha mencari konsep pengukuran yang lebih tepat dan dapat membantu perusahaan untuk memprediksi perilaku pelanggan dan performa perusahaan dengan lebih baik.

Kebutuhan akan konsep pengukuran yang lebih baik ini membuat para peneliti dan konsultan bisnis berupaya menyusun konsep baru, yakni pengukuran loyalitas pelanggan (Keiningham *et al.*, 2008). Para pelanggan yang loyal akan selalu berusaha menjalin hubungan baik dengan perusahaan, membeli ulang dan mau merekomendasikan perusahaan (Dick dan Basu, 1994). Dalam konteks PT X, tentunya hal ini berdampak baik karena PT X dapat melakukan penghematan biaya yang dikeluarkan untuk mencari pelanggan baru, sensitivitas pelanggan terhadap harga menurun (misalkan: tidak menawar harga,

tidak meminta diskon, dan sebagainya) dimana para pelanggan loyal tidak terlalu sensitif terhadap harga, dan yang terpenting adalah peningkatan pendapatan perusahaan (Reichheld, 2003).

Terkait dengan hal tersebut, maka seorang ahli strategi dan konsultan bisnis bernama Frederick F. Reichheld memperkenalkan hasil pemikirannya yang disebut Net Promoter[®], yakni sebuah konsep yang bertumpu pada peran rekomendasi pelanggan bagi pertumbuhan perusahaan (Reichheld, 2003 dan Keiningham *et al.*, 2008). Konsep baru ini dipublikasikan dalam artikelnya yang berjudul "The One Number You Need to Grow" yang dimuat di Harvard Business Review di bulan Desember tahun 2003.

Net Promoter[®] adalah konsep loyalitas pelanggan yang menggunakan umpan balik dari pelanggan sebagai modal dasar untuk pertumbuhan bisnis yang menguntungkan. Net Promoter[®] sendiri merujuk pada kehendak pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan pada teman maupun koleganya. Prinsipnya, Net Promoter[®] menyatakan seberapa besar kehendak pelanggan untuk merekomendasikan sebuah perusahaan. Konsep ini dikembangkan oleh Reichheld beserta koleganya yakni lembaga konsultan strategis, Satmetrix dan Bain & Company.

Hingga kini, konsep Net Promoter[®] telah banyak digunakan oleh banyak perusahaan terkemuka di dunia yang termasuk dalam Fortune 500 seperti: GE, Intuit, Symantec, HP, Apple, Adobe, Google, DirecTV, Verizon, American Express dan sebagainya, dimana konsep ini digunakan sebagai

standar untuk mengukur dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Reichheld (2003), hanya dengan menanyakan satu pertanyaan saja, pertanyaan Net Promoter® yakni “seberapa besar kemungkinan Anda mau untuk merekomendasikan perusahaan [x] kepada teman atau kolega Anda”, maka perusahaan akan dapat mengumpulkan data yang akurat dan berkorelasi langsung dengan pertumbuhan perusahaan. Para responden dapat menjawab dengan memilih angka dalam skala 0 hingga 10, dimana 0 berarti ‘samasekali tidak akan merekomendasikan’, 5 berarti ‘netral’, dan 10 berarti ‘sangat mungkin merekomendasikan’. Respons tersebut selanjutnya akan diagegasikan dan diolah sehingga menghasilkan ringkasan statistik tunggal yang disebut Net Promoter Score®.

Net Promoter Score® adalah perbedaan antara proporsi pelanggan yang menempatkan dirinya pada angka 9 atau 10—disebut *promoters*—dan proporsi pelanggan yang menempatkan dirinya di antara angka 0 hingga 6—disebut *detractors*. Pelanggan yang menempatkan dirinya pada angka 7 hingga 8 disebut *passives*.

Menurut logika Reichheld (2006) yang juga menjadi perspektif fundamental dari Net Promoter®, pelanggan dapat dikategorikan menjadi tiga tipe, yakni *promoters*, *passives*, dan *detractors*. *Promoters* adalah pelanggan loyal dan antusias yang selalu membeli dari suatu perusahaan dan bahkan selalu mendesak rekan pelanggan tersebut untuk melakukan hal yang sama. Reichheld (2006) juga menyebut para *promoters* ini sebagai evangelis. *Passives* adalah jenis

pelanggan yang puas, namun tidak antusias sehingga dapat dengan mudah berpaling pada perusahaan kompetitor. Sedangkan *detractors* adalah pelanggan yang tidak puas dan merasa terjebak dalam hubungan bisnis yang justru merugikan. Para pelanggan inilah yang menjadi responden untuk pengukuran Net Promoter Score®.

Pengukuran Net Promoter Score® belum pernah dilakukan di PT X, akan tetapi sejak awal tahun 2010, PT X telah berinisiatif melakukan survei eksploratif sebagai awal untuk pengukuran Net Promoter Score®, yakni dengan mencari tahu dari manakah sumber informasi pelanggan PT X berasal. Awalnya, survei ini dilakukan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya penurunan jumlah pelanggan dan tingkat pertumbuhan pendapatan juga sebagai upaya untuk memaksimalkan usaha pemasaran PT X.

Metode yang digunakan adalah wawancara dengan para pelanggan PT X dengan mengajukan pertanyaan: darimanakah pelanggan mengenal PT X. Menurut hasil survei dari lima kategori yang digunakan, jumlah terbanyak adalah dari rekomendasi pelanggan lama kepada pelanggan baru, dimana menurut data tercatat pada akhir tahun 2010 berjumlah 52.8% dari total jumlah pelanggan PT X pada tahun 2010. Rekapitulasi survei tersebut dapat dilihat pada Tabel 6. Hasil ini selaras dengan konsep Net Promoter® yang bertumpu pada peran rekomendasi pelanggan bagi pertumbuhan perusahaan, seperti klaim dari Reichheld (2003) dan Keiningham *et al.* (2008).

Tabel 6
Rekapitulasi Survei Sumber Informasi
Pelanggan PT X Surabaya Tahun 2010

Pameran	Rekomendasi	Networking	Yellow Pages	Internet
31,00%	52,8%	7,7%	0,0%	8,50%

Sumber: Internal PT X Surabaya (2011)

Hasil dari survei ini sesuai dengan kenyataan yang ada terkait upaya pemasaran PT X. Sejak awal berdirinya, PT X tidak pernah melakukan aktivitas pemasaran—*above the line* dan *below the line*—secara khusus untuk memperoleh pelanggan. Dari hasil tersebut, pimpinan, manajemen dan divisi pemasaran PT X menduga bahwa niat rekomendasi dari para *promoters* memegang peranan penting bagi pertumbuhan jumlah pelanggan PT X yang juga akan berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan pendapatan PT X.

Untuk menggali lebih dalam mengenai arti penting rekomendasi terhadap pertumbuhan PT X maka penulis melakukan wawancara awal juga sebagai upaya untuk mengeksplorasi faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi niat rekomendasi dari pelanggan. Metode yang digunakan adalah wawancara terhadap 6 responden dari internal PT X yang terkait, yakni Bapak “T” selaku pimpinan, manajer pemasaran yakni Bapak “D”, dua orang *sales engineer* yakni Bapak “S”, dan Bapak “Y” dan dua orang *sales* internal yakni Ibu “P” dan Ibu “R”.

Menurut hasil wawancara tersebut, para responden memiliki berbagai argumentasi, namun semua responden setuju bahwa kehendak untuk merekomendasikan memegang peranan yang penting dalam

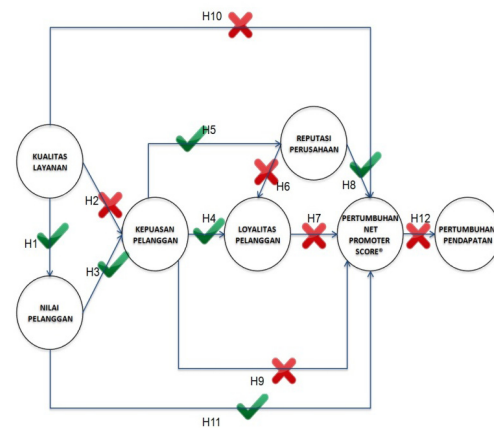
pertumbuhan pendapatan PT X, dimana para pelanggan mau merekomendasikan PT X karena: merasa bahwa PT X mampu memberi suatu nilai bagi pelanggan (nilai pelanggan), PT X dipersepsikan memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan (kualitas layanan), puas terhadap layanan PT X (kepuasan pelanggan), loyal terhadap PT X (loyalitas pelanggan) dan hal tersebut membuat reputasi perusahaan menjadi baik, sehingga niat rekomendasi—dinyatakan dengan Net Promoter Score®—akan semakin meningkat dan berhubungan dengan pertumbuhan pendapatan PT X.

PENELITIAN YANG TELAH DILAKUKAN

Berdasarkan latar belakang tersebut, telah dilakukan penelitian *cross-sectional* untuk meneliti hubungan dari: (1) nilai pelanggan, (2) kualitas layanan, (3) kepuasan pelanggan, (4) loyalitas pelanggan dan (5) reputasi perusahaan terhadap pertumbuhan Net Promoter Score® dan pertumbuhan pendapatan PT X dengan mengajukan 12 hipotesis. Responden dalam penelitian adalah 100 perusahaan yang merupakan pelanggan PT X yang dipilih dengan metode *stratified random sample*. Alat ukur yang dipakai adalah kuesioner via telepon. Bersama dengan data sekunder untuk variabel pertumbuhan pendapatan yang diperoleh dari internal PT X, data tersebut diolah dengan metode SEM. Adapun rekapitulasi hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 dan Gambar 1 di bawah ini.

Tabel 7
Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

	Pernyataan	Hasil
H1	Semakin tinggi kualitas layanan PT X, maka nilai pelanggan terhadap PT X akan semakin tinggi.	Diterima
H2	Semakin tinggi kualitas layanan PT X, maka kepuasan pelanggan terhadap PT X akan semakin tinggi.	Ditolak
H3	Semakin tinggi nilai pelanggan terhadap PT X, maka kepuasan pelanggan terhadap PT X akan semakin tinggi.	Diterima
H4	Semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap PT X, maka loyalitas pelanggan terhadap PT X akan semakin tinggi.	Diterima
H5	Semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap PT X, maka reputasi PT X akan semakin tinggi.	Diterima
H6	Semakin tinggi reputasi PT X, maka loyalitas pelanggan terhadap PT X akan semakin tinggi.	Ditolak
H7	Semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap PT X, maka pertumbuhan Net Promoter Score® PT X akan semakin tinggi.	Ditolak
H8	Semakin tinggi reputasi PT X, maka pertumbuhan Net Promoter Score® PT X akan semakin tinggi.	Diterima
H9	Semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap PT X, maka pertumbuhan Net Promoter Score® PT X akan semakin tinggi.	Ditolak
H10	Semakin tinggi kualitas layanan PT X, maka pertumbuhan Net Promoter Score® PT X akan semakin tinggi.	Ditolak
H11	Semakin tinggi nilai pelanggan PT X, maka pertumbuhan Net Promoter Score® PT X akan semakin tinggi.	Diterima
H12	Semakin tinggi pertumbuhan Net Promoter Score® PT X, maka pertumbuhan Pertumbuhan Pendapatan PT X akan semakin tinggi.	Ditolak



Gambar 1
Hasil Pengujian Hipotesis

HASIL PENELITIAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa jalur anteseden niat rekomendasi yang terbukti signifikan adalah dari kualitas layanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan menuju pertumbuhan Net Promoter Score®. Akan tetapi teori besar Reichheld (2003) terkait pengaruh dan korelasi Net Promoter Score® terhadap pertumbuhan pendapatan tidak terbukti.

Teori besar dalam penelitian ini merujuk pada teori yang diajukan oleh Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan determinan penting terhadap Net Promoter Score® dan loyalitas berpengaruh positif terhadap Net Promoter Score®, dimana seiring dengan bertambahnya loyalitas pelanggan maka Net Promoter Score® akan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Net Promoter Score® bertumpu pada *referral* positif pelanggan yang dapat membawa pertumbuhan bagi perusahaan. Akan tetapi, hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan hal yang sangat menarik, yakni teori yang ditawarkan oleh

Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) ternyata tidak terbukti. Loyalitas pelanggan PT X ternyata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan Net Promoter Score® PT X.

Adapun penjelasan mendasar terkait ketidaksesuaian antara hasil penelitian ini dengan logika Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) berkaitan dengan persaingan yang ada di antara para responden yang juga merupakan pelanggan PT X, khususnya para responden yang bergerak di bidang industri yang sejenis. Kendati para pelanggan puas dan memiliki komitmen untuk terus membeli dari PT X, namun mereka cenderung tidak memiliki niatan untuk merekomendasikan PT X semata-mata karena ingin menjaga agar para pelanggan tersebut tetap menjadi pelanggan 'premium', yakni satu-satunya diantara kompetitor mereka yang memesan dari PT X. Bila mereka merekomendasikan PT X, ada kemungkinan para kompetitor pelanggan tersebut juga akan memesan di PT X mengingat PT X adalah satu-satunya *job shop* dengan kapasitas produksi yang relatif besar dan berkualitas tinggi di daerah Surabaya dan sekitarnya. Hal tersebut akan melemahkan posisi *competitive advantage* pelanggan yang merekomendasikan PT X.

Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) menyatakan bahwa pertumbuhan Net Promoter Score® berpengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan perusahaan. Net Promoter Score® diklaim memiliki dampak langsung terhadap pendapatan (Reichheld, 2003 dan Satmetrix, 2004). Reichheld (2003) juga mengeluarkan klaim bahwa perusahaan yang mampu mengupayakan pertumbuhan

Net Promoter Score® dari waktu ke waktu akan mengalami pertumbuhan pendapatan yang signifikan.

Namun, temuan dari penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) dimana pertumbuhan Net Promoter Score® PT X tidak terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan PT X. Sehingga, penelitian ini memperkuat temuan tandingan yang dikemukakan oleh Keiningham *et al.* (2007) yang meragukan hubungan pengaruh pertumbuhan Net Promoter Score® terhadap pertumbuhan pendapatan perusahaan dan superioritas Net Promoter Score® dibandingkan konsep pengukuran yang lain seperti klaim Reichheld (2003). Dalam penelitiannya, Keiningham *et al.* (2007) mereplikasi metodologi yang digunakan oleh Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) dan mencoba membandingkan antara hasil Net Promoter Score® dan Norwegian Customer Satisfaction Barometer terhadap pelanggan perusahaan di Norwegia selama tiga tahun (2000-2002). Hasilnya, Net Promoter Score® tidak terbukti berpengaruh terhadap pertumbuhan pendapatan perusahaan.

Sebagai tambahan, Keiningham *et al.* (2007) mencoba menguji superioritas Net Promoter Score® dibandingkan American Customer Satisfaction Index seperti yang pernah dilakukan oleh Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) terhadap pelanggan perusahaan dalam beberapa industri di Amerika Serikat. Superioritas Net Promoter Score® seperti yang diklaim Reichheld (2003) tidak terbukti, dimana uji korelasi yang dilakukan oleh Keiningham *et al.* (2007) menunjukkan bahwa koefisien korelasi *ACSI-revenue growth* lebih

tingggi daripada Net Promoter Score®–*revenue growth*. Bahkan, untuk koefisien korelasi Net Promoter Score®–*revenue growth* cenderung kecil (Keiningham *et al.*, 2007).

Keiningham *et al.* (2008) juga mengemukakan bahwa kemampuan Net Promoter Score® untuk menggambarkan perilaku pelanggan yang loyal hanya 0-20% saja, ini berarti 80% atau lebih perbedaan dalam perilaku pelanggan yang loyal disebabkan oleh hal lain. Keiningham *et al.* (2008) lebih lanjut menjelaskan bahwa prediktor terbaik untuk pertumbuhan perusahaan adalah jumlah yang dibelanjakan oleh konsumen di masa lalu, bukan niatan rekomendasi seperti yang diajukan oleh Reichheld (2003). Prediktor terbaik untuk retensi pelanggan adalah niatan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali, bukan niatan rekomendasi. Sehingga Net Promoter Score® yang dibangun atas intensi rekomendasi bukanlah pertanyaan utama untuk memprediksi pertumbuhan pendapatan perusahaan.

Dalam konteks penelitian ini yang meneliti pengaruh pertumbuhan Net Promoter Score® PT X terhadap pertumbuhan pendapatan PT X, kendati menurut hasil perhitungan agregat Net Promoter Score® PT X pada bulan Maret 2011 dan Juni 2011 mengalami pertumbuhan sebesar 26.79%. dan terjadi pertumbuhan pendapatan sebesar 37.83%, akan tetapi menurut hasil penelitian hubungan pengaruh tersebut tidak terbukti. Demikian pula dengan hubungan korelasi antara kedua variabel tersebut yang tidak dapat dibuktikan. Penjelasan mendasar atas kesenjangan ini diduga disebabkan oleh: (1) karakteristik

jenis industri, ukuran dan jenis perusahaan yang berbeda; (2) ukuran jumlah sampel dan rentang waktu penelitian yang dilakukan; dan (3) perbedaan karakteristik responden dalam arti perbedaan budaya Indonesia dan Amerika Serikat.

Terkait perbedaan karakteristik jenis industri, penelitian Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) dilakukan terhadap para pelanggan dari 14 perusahaan dalam 6 industri yang berbeda yakni: *financial services, cable and telephony, personal computers, e-commerce, auto insurance* dan *internet service providers*, dimana perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan-perusahaan besar dengan *market share* terbesar di industri masing-masing (Reichheld, 2003). Adapun jenis perusahaan dalam penelitian ini adalah jasa *sheet metal processing* dan perusahaan yang menjadi obyek penelitian hanya satu, yakni PT X, dimana PT X tergolong perusahaan berukuran menengah. Dengan demikian, dimungkinkan terjadi kesenjangan antara hasil penelitian ini dengan hasil penelitian Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004).

Ukuran jumlah sampel dan rentang waktu pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004). Penelitian ini dilakukan ‘hanya’ terhadap 100 pelanggan dari PT X, sementara Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) melakukan penelitian terhadap lebih dari 4000 pelanggan dari 14 perusahaan selama empat tahun (1999-2002). Bahkan menurut perkembangan terakhir, telah dilakukan penelitian lanjutan mengenai Net Promoter Score® tersebut terhadap 150.000 pelanggan dari 400 perusahaan dalam 12 industri (Satmetrix, 2004).

Kemudian karena adanya perbedaan lokasi penelitian, dimana penelitian ini yang dilakukan di Indonesia sementara Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) di Amerika Serikat, maka karakteristik responden berbeda sebagai akibat perbedaan budaya. Secara spesifik, perbedaan budaya yang dimaksudkan adalah dalam hal toleransi dan kebiasaan negosiasi.

Budaya masyarakat Indonesia, seperti kebanyakan negara Asia termasuk dalam budaya *high context culture*. Secara sederhana, *high context culture* dapat diartikan sebagai masyarakat yang menganut budaya kolektif yang dalam perilaku kesehariannya cenderung fleksibel, dalam komunikasi banyak menggunakan simbol, kiasan, dan dalam menyampaikan suatu hal tidak *straight to the point* (Hall, 1976). Adapun tujuannya adalah untuk menjaga nilai – nilai kekeluargaan dan relasi yang baik dengan kolega maupun rekan mereka. Sehingga, toleransi menjadi suatu budaya dalam masyarakat Indonesia, dimana hal ini sangat jauh berbeda dengan masyarakat di negara barat yang cenderung *low context*. Menurut Hall (1976), masyarakat *low context culture* cenderung mekanistik, tidak fleksibel dan tidak mengenal basa basi. Mereka juga tidak toleran seperti masyarakat *high context culture*.

Hofstede (1994) dalam Keiningham *et al.* (2007) menyatakan bahwa perbedaan kultural tersebut telah lama dipahami berpengaruh besar terhadap perbedaan cara responden untuk merespons pertanyaan dalam kuesioner (*survey items*), sehingga secara khusus dapat dikatakan bahwa adanya perbedaan budaya *high context* atau *low context* menciptakan suatu

bentuk *rating scale bias*. Sehingga, hasil penelitian di dua tempat dengan budaya berbeda kemungkinan memberikan hasil yang berbeda.

Penelitian ini merupakan sintesis dari beberapa penelitian oleh Reichheld (2003), Choi *et al.* (2004), Satmetrix (2004, 2009), Keiningham *et al.* (2007), Bontis *et al.* (2007) dan Terblanche dan Boshoff (2010). Adapun secara teoritis, terkait dengan ketujuh variabel yang digunakan dalam penelitian ini, para ahli membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel-variabel tersebut.

Choi *et al.* (2004) dan Terblanche dan Boshoff (2010) membuktikan adanya hubungan antara kualitas layanan dengan nilai pelanggan. Dengan terbuktinya jalur tersebut pada perusahaan *job shop*, maka hal ini dapat memperluas bidang penelitian Choi *et al.* (2004) dan Terblanche dan Boshoff (2010) dalam mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap nilai pelanggan.

Choi *et al.* (2004) dan Terblanche dan Boshoff (2010) juga menyatakan adanya jalur langsung dari kualitas layanan menuju kepuasan, akan tetapi dalam penelitian ini klaim tersebut tidak terbukti. Diperlukan peninjauan ulang terhadap klaim tersebut tidak sepenuhnya berlaku untuk semua jenis perusahaan dalam industri jasa, khususnya jenis perusahaan *job shop*. Adapun kesenjangan ini dimungkinkan karena adanya perbedaan jenis industri dan bidang usaha obyek penelitian antara penelitian ini dan penelitian Choi *et al.* (2004) dan Terblanche dan Boshoff (2010), yang juga membawa konsekuensi

pada perbedaan karakteristik responden dan bentuk respons mereka untuk masing-masing industri yang berbeda tersebut. Dengan demikian, diharapkan penelitian Choi *et al.* (2004) dan Terblanche dan Boshoff (2010) tersebut dapat diperluas cakupannya dengan tidak hanya meneliti dalam satu industri yakni *health care* (penelitian Choi *et al.*, 2004) dan industri *fast food* (penelitian Terblanche dan Boshoff, 2010).

Implikasi teoritis yang paling penting adalah terkait dengan teori besar yang dikemukakan oleh Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) mengenai peran penting Net Promoter Score®. Temuan dari penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Reichheld (2003) dan Satmetrix (2004) dimana pertumbuhan Net Promoter Score® tidak terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan, sehingga penelitian ini memperkuat temuan tandingan yang dikemukakan oleh Keiningham *et al.* (2007) yang meragukan hubungan pengaruh pertumbuhan Net Promoter Score® terhadap pertumbuhan pendapatan perusahaan dan superioritas Net Promoter Score® dibandingkan konsep pengukuran yang lain seperti klaim Reichheld (2003).

Seperti yang telah diijelaskan sebelumnya pada Sub Bab 5.12, Keiningham *et al.* (2007) berdasarkan hasil penelitiannya mengemukakan bahwa hubungan pengaruh antara tersebut tidak terbukti. Superioritas Net Promoter Score® seperti yang diklaim Reichheld (2003) juga diragukan. Demikian pula dengan uji korelasi yang dilakukan oleh Keiningham *et al.* (2007), koefisien korelasi *ACSI-revenue growth* lebih

tinggi daripada Net Promoter Score®–*revenue growth*. Bahkan, untuk koefisien korelasi Net Promoter Score®–*revenue growth* cenderung kecil (Keiningham *et al.*, 2007).

Juga dalam konteks penelitian ini yang meneliti pengaruh pertumbuhan Net Promoter Score® terhadap pertumbuhan pendapatan perusahaan dalam industri jasa, hubungan tersebut tidak terbukti signifikan. Hal ini semakin diperkuat pula dengan tidak terbuktinya hubungan korelasi antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, teori besar Reichheld (2003) mengenai Net Promoter Score® perlu dikaji ulang keabsahannya.

Adapun tinjauan yang dapat dilakukan mencakup beberapa hal, yakni: memperluas cakupan penelitian dalam konteks geografis, memperluas jenis industri dan tipe perusahaan dalam penelitian dan melakukan penelitian lanjutan dalam rentang waktu yang lebih lama selama beberapa periode.

Rekomendasi praktis yang dapat diberikan pada perusahaan adalah upaya melakukan inovasi dalam rangka mengeksplorasi nilai tambah yang dapat diberikan kepada pelanggan PT Dempo, dimana inovasi tersebut dapat dilakukan dengan mendatangkan beberapa mesin baru agar dapat mengembangkan berbagai layanan baru dan PT Dempo dapat membuat produk dengan spesifikasi yang lebih luas daripada sebelumnya.

Dalam konteks memberikan nilai lebih bagi pelanggan, maka hendaknya perusahaan berani memberikan jaminan bahwa kualitas

yang diberikan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan pelanggan, mengingat harga relatif tinggi. Yang dapat dilakukan adalah melakukan inspeksi dalam proses produksi secara lebih ketat dan menerapkan metode *six sigma* secara holistik.

Agar pelanggan merasa senang memiliki hubungan jual beli, maka hendaknya staf divisi pemasaran dapat secara aktif berupaya memperoleh umpan balik dari pelanggan mengenai kekurangan dan harapan yang diinginkan. Dengan data umpan balik tersebut, staf divisi pemasaran dapat berbenah sehingga senantiasa dapat memenuhi harapan dari para pelanggan.

Bagi para pelanggan loyal yang membeli dalam jumlah nominal yang besar, dapat diberikan perlakuan khusus, dengan tindakan-tindakan yang bersifat memanjakan pelanggan (*privilege*) dengan mengizinkan pengambilan produk secara parsial dan dapat mengajukan percepatan waktu produksi agar pelanggan semakin loyal.

Manajemen perlu mempertimbangkan untuk menambah rentang waktu pengukuran Net Promoter Score® agar dapat dibangun sebuah gambaran yang dapat menggambarkan realita yang ada agar dapat diambil keputusan yang tepat terkait situasi dan kondisi tersebut.

Referensi

Anderson, Eugene W., and Mary W. Sullivan. (1993). "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction," *Marketing Science* 12 (Spring), 125-143.

Anderson, E. W., Fornell, C. dan Lehmann, D. R. 1994. "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden". *Journal of Marketing*. Vol. 58. No. 4. p.53-66.

Andreassen, Tor W. dan Lindestad, B. 1998. "The Effect of Corporate Image in the Formation of Customer Loyalty". *Journal of Service Research*. Vol.1. No.1. p.82-92

Bontis, N., Booker, L. D. dan Serenko, A. 2007. "The Mediating Effect of Organizational Reputation on Customer Loyalty and Service Recommendation in the Banking Industry." *Management Decision*. Vol. 45. No. 9. p.1426-1445.

Bozzone, Vincent. 2001. "*Speed to Market*". second edition, AMACOM: New York

Cooil, Bruce, Keiningham, Timothy L., Aksoy, Lerzan dan Hsu, Michael. 2007. "A Longitudinal Analysis of Customer Satisfaction and Share of Wallet: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics". *Journal of Marketing*. Vol. 71. p.67-83.

Davies, Gary, Rosa Chun, Rui V. da Silva, and Stuart Roper (2003), *Corporate Reputation and Competitiveness*, Routledge: London and New York.

Dick, A.S. dan Basu, K. 1994. "Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework". *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol. 22. No. 2. p.99-113.

Donio, J., Massari, P. dan Passiante, G. 2006. "Customer Satisfaction and Loyalty in Digital Environment: An Empirical

- Test". *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 23. No. 7. p.445-457.
- Dowling, G. R. 2006. "In Practice: How Good Corporate Reputations Create Corporate Value". *Corporate Reputation Review*. Vol. 9. No. 2. p.134-143.
- Eggert, A. dan Ulaga, W. 2002. "Customer Perceived Value: A Substitute for Satisfaction in Business Markets". *Journal of Business and Industrial Marketing*. Vol. 17. No. 2. p.107-118.
- Hallowell, R. 1996. "The Relationships of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study". *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 7. No. 4. p. 27-42.
- Keiningham, T.L., Cooil, B. Andreassen, T.W. dan Akzoy, L. 2007. "A Longitudinal Examination of Net Promoter and Firm Revenue Growth". *Journal of Marketing*. Vol. 71. p.39-51.
- Kotler, P., Keller, Kevin L., Hoon, A.S., Meng, L.S. dan Tiong, T.C. 2009. *Marketing Management: an Asian Perspective fifth edition*. Singapore: Prentice Hall.
- Martin-Consuegra, D., Molina, A. dan Esteban, A. 2007. "An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in the Service Sector". *Journal of Product & Brand Management*. Vol. 16. No. 7. p.459-468.
- Melewar, T.C. 2008. *Facets of Corporate Identity, Communication, and Reputation*. Oxon: Routledge.
- Reichheld, Fred. 2006. *The Ultimate Question: Driving Good Profits and True Growth* ([Nachdr.] ed.). Mass.: Harvard Business School Press: Boston.
- Reichheld, Frederick F. 2003. "The One Number You Need to Grow", *Harvard Business Review*, Vol. 81. p.46-54.
- Robertson, T. S. 1993. "How to Reduce Market Penetration Cycle Times". *Sloan Management Review*. Vol 35. No.1. p. 87-96.
- Satmetrix. 2004. "The Power Behind a Single Number: Growing Your Business with Net Promoter," *Satmetrix Systems white paper* (diakses 15 Oktober 2010), [tersedia pada <http://www.satmetrix.com/pdfs/netpromoterWPfinal.pdf>].
- Terblanche, N.S. dan Boshoff, C. 2010. "Quality, Value, Satisfaction and Loyalty Amongst Race Groups: A Study of Customers in the South African Fast Food Industry". *South African Journal of Business Management*. Vol. 41. No.1.p.1-9.
- Walsh, G., Evanschitzky, H., dan Wunderlich, M. 2008. "Identification and Analysis of Moderator Variables: Investigating the Customer Satisfaction-Loyalty Link." *European Journal of Marketing*. Vol. 42. No. 9. p.977-1004.
- Wei, T.W. 2007. "Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Loyalty: A Review". *Management Science and Engineering*. Vol.1. No.2. p.57-62.
- Zhang, Y. 2009. "A Study of Corporate Reputation's Influence on Customer Loyalty Based on PLS-SEM Model". *International Business Research*. Vol. 2. No. 3. p.28-31.

Hubungan Antara Pengaruh Normatif dan Niat Beli Pakaian Merek Luar Negeri: Kesadaran Merek, Kualitas, dan Nilai Emosi Sebagai Variabel Mediasi

Shannaz Nadya

Sabrina O. Sihombing

Universitas Pelita Harapan

sabrinasihombing@gmail.com

Abstract

Clothing is a primary need of man. Along with the times, the main function of clothing shifted. Clothes are not just a mere body cover but this time into a product category that represents the person. Therefore, more and more local brands and foreign brands in Indonesia. Many brand choices make the company needs to implement an effective marketing strategy in order to maintain its market. Companies need to know the factors that influence consumer purchase intention in order to formulate effective marketing strategies. Research on consumer purchase intention towards foreign apparel brands has been done in other countries. However, only few studies were developed in Indonesia. Therefore, this study aimed to examine the relationship normative influence, brand consciousness, perceived quality, emotional values on purchase intention. The data in this study were obtained by distributing questionnaires to the respondents. The selection of respondents using a non-probability judgmental sampling technique. Questionnaires were distributed to 226 respondents and as many as 200 questionnaires that can be used for further analysis. The data then was analyzed by using structural equation modeling approach. The analysis showed all hypotheses are supported. The study also provides implications for theoretical and managerial implications and suggestions for future research.

Keywords: *purchase intention, normative influence, brand consciousness, perceived quality, emotional values*

PENDAHULUAN

Pakaian merupakan kebutuhan primer manusia (Camilleri dan Falk, 2009). Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan zaman fungsi utama pakaian pun bergeser. Dulu pakaian hanya sebagai penutup badan semata. Kini pakaian menjadi sebuah kategori produk yang mengilustrasikan hubungan seorang konsumen terhadap sikap, niat, dan perilaku

mereka dalam mengkonsumsi (Kumar, Kim dan Pelton, 2009). Melalui pakaian, seorang konsumen dapat mengekspresikan kepribadian dirinya. Oleh karena itu, konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih pakaian yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Selektifnya konsumen dalam memilih pakaian mengakibatkan permintaan akan pakaian meningkat. Meningkatnya

permintaan ini umumnya terjadi di negara-negara berkembang, termasuk di Indonesia (Staritz, 2011). Hal ini ditandai dengan semakin banyak perusahaan luar negeri yang memasarkan merek pakaian mereka di Indonesia. Berikut adalah daftar beberapa merek perusahaan luar negeri yang memasarkan produk pakaian di Indonesia.

Tabel 1
Merek-merek Pakaian Luar Negeri di Indonesia

Nama Merek	Asal	Produk
Zara	Spanyol	Pakaian wanita, pria, anak dan aksesoris
Mango	Spanyol	Pakaian wanita dan aksesoris
Pull and Bear	Spanyol	Pakaian wanita, pria dan aksesoris
Topshop	Inggris	Pakaian wanita, pria dan aksesoris
Dorothy Perkins	Inggris	Pakaian wanita dan aksesoris
Giordano	Hong Kong	Pakaian wanita dan pria
Forever21	Amerika	Pakaian wanita, pria dan aksesoris
Guess	Amerika	Pakaian wanita, pria dan aksesoris
Levi's	Amerika	Pakaian wanita dan pria
Marks & Spencer	Inggris	Pakaian wanita, pria, aksesoris, dan produk kosmetik

Sumber: Website masing-masing perusahaan

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa banyak perusahaan luar negeri yang hadir di Indonesia. Dengan demikian, konsumen memiliki pilihan merek tambahan di pasar lokal mereka sendiri (Lee, Kim, Pelton, Knight, dan Forney, 2008). Oleh karena itu perlu pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku konsumen dalam pembelian pakaian.

Pemahaman ini ditujukan agar perusahaan-

perusahaan pakaian dapat merancang strategi pemasaran yang efektif dalam mempertahankan pasarnya. Penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap niat beli pakaian telah banyak dilakukan (Tabel 2). Namun, berdasarkan tabel tersebut masih sedikit penelitian yang dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mereplikasi model penelitian yang dikembangkan oleh Lee *et al.* (2008) untuk memberikan pemahaman mengenai perilaku konsumen Indonesia terhadap niat beli pakaian. Replikasi dilakukan untuk mengetahui apakah model penelitian yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya dapat digeneralisasikan (Kaufman dan Kaufman, 2005).

Tabel 2
Penelitian Niat Beli terhadap Pakaian

Peneliti (tahun)	Lokasi	Objek Penelitian
Kang (2007)	Cina	Merek luar negeri
Son (2007)	India	Merek luar negeri
Park, Burns dan Rabolt (2007)	Korea	Merek luar negeri
Knight dan Kim (2007)	Jepang	Merek luar negeri
Huang, Phau dan Lin (2008)	Taiwan	Merek luar negeri
Matthiesen dan Phau (2008)	Australia	Merek luar negeri
Lee, Kim, Pelton, Knight, dan Forney (2008)	Mexico	Merek luar negeri
Park dan Sullivan (2008)	USA	Merek dalam negeri
Kumar, Kim dan Pelton (2009)	India	Merek luar negeri dan merek dalam negeri
Mochlis dan Soleh (2009)	Malaysia	Merek luar negeri
Park dan Zhou (2009)	Cina	Merek luar negeri
Shergill, Rosmala dan Parsons (2010)	Selandia Baru	Merek luar negeri
Jin, Park dan Ryu (2010)	Cina dan India	Merek luar negeri
Maher dan Carter (2011)	Kuwait	Merek luar negeri
Parkvithee dan Miranda (2012)	Thailand	Merek luar negeri

Sumber: Dirangkum dari peneliti-peneliti disebut di atas

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Niat Beli

Niat beli adalah tahap sebelum keputusan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Kotler, 2012). Selanjutnya menurut Schiffman dan Kanuk (2007), niat beli adalah suatu sikap senang terhadap objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan. Niat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk.

Sikap adalah evaluasi seseorang terhadap suatu objek (Schiffman, Kanuk dan Wisenblit, 2010). Sikap seseorang terjadi berdasarkan tiga komponen. Ketiga komponen tersebut adalah kognitif, afektif dan konatif. Pertama adalah komponen kognitif. Komponen kognitif adalah pengetahuan dan persepsi akan manfaat atau fungsi suatu produk atau merek. Kedua adalah komponen afektif. Komponen afektif adalah emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merek tertentu. Ketiga adalah konatif. Komponen konatif adalah kemungkinan atau kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap sebuah objek. Didalam pemasaran, komponen konatif sering dikaitkan dengan niat beli konsumen terhadap suatu produk atau merek (Schiffman dkk., 2010).

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat beli seorang konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Kedua faktor tersebut adalah sikap dari orang lain (*attitude of others*) dan situasi yang tidak terduga (*unanticipated situasional*). Faktor pertama adalah sikap dari orang lain. Hal ini bergantung pada seberapa besar sikap negatif atau positif

orang lain terhadap pilihan seorang konsumen. Kemudian motivasi konsumen tersebut untuk memenuhi keinginan orang lain. Faktor kedua adalah situasi yang tidak terduga. Faktor ini dapat menyebabkan perubahan terhadap keputusan pembelian seorang konsumen. Sebagai contoh, seseorang konsumen berniat untuk membeli suatu produk, namun karena terjadi sesuatu hal yang tidak terduga pada dirinya maka konsumen tersebut mengubah niat belinya.

Pengaruh normatif

Pengaruh normatif mempunyai peranan terhadap niat beli dan keputusan pembelian seorang konsumen (Hoyer dan MacInnis, 2010). Menurut Hoyer dan MacInnis (2010), pengaruh normatif adalah perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh tuntutan masyarakat atau kelompok referensi. Jika memenuhi tuntutan tersebut maka akan mendapatkan rasa kebersamaan. Sedangkan, apabila tidak memenuhi tuntutan tersebut maka akan mendapatkan sanksi dari kelompok referensi tersebut (Hawkins dan Motherbaugh, 2010). Kuatnya pengaruh normatif terhadap keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh tiga karakteristik. Ketiga karakteristik tersebut adalah karakteristik produk, karakteristik konsumen dan karakteristik kelompok.

Kesadaran Merek (*brand consciousness*)

Kesadaran merek adalah kecenderungan konsumen untuk membeli merek mahal, terkenal dan paling sering diiklankan di media dibandingkan merek-merek lainnya (Kavkani, Seyedjavadin, dan Saadeghvaziri, 2011). Konsumen-konsumen tersebut menilai kualitas merek berdasarkan harga. Harga yang lebih tinggi mencerminkan kualitas merek yang lebih

baik (Kavkani dkk., 2011). Konsumen yang memiliki kesadaran merek fokus akan manfaat yang dapat diberikan oleh sebuah merek (Hanzaee dan Andervazh, 2012). Merek dapat memberikan tiga manfaat yaitu manfaat simbolis, fungsional, dan emosional (Ferrinadewi, 2008). Manfaat simbolis adalah manfaat pada dampak psikologi yang akan diperoleh konsumen ketika menggunakan suatu merek. Manfaat simbolis mengacu pada bagaimana merek dapat mengkomunikasikan kepribadian dan karakteristik konsumen. Kemudian manfaat utilitarian (fungsional) adalah manfaat yang di dapat dari fungsi produk. Sedangkan manfaat hedonik (emosional) merupakan kemampuan merek untuk membuat konsumen merasakan sebuah emosi disaat membeli atau mengkonsumsi produk. Manfaat merek yang diinginkan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Persepsi Kualitas

Persepsi kualitas didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas suatu barang atau jasa dibandingkan dengan alternatif produk lain yang dibentuk sesuai persepsi yang dimilikinya (Keller, 2008). Sedangkan menurut Kumar dan Steenkamp (2007) definisi persepsi kualitas adalah tingkat keunggulan kinerja yang dipersepsikan dari produk.

Persepsi seorang konsumen terbentuk dari sikap konsumen tersebut. Dimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa terdapat tiga komponen sikap. Dalam hal ini persepsi kualitas termasuk dalam komponen sikap kognitif. Selanjutnya, akan dijelaskan komponen sikap yang dapat mempengaruhi niat beli, yaitu komponen

afektif. Komponen afektif adalah emosi atau perasaan konsumen terhadap sebuah produk atau merek tertentu.

Nilai Emosi

Nilai emosi adalah perasaan yang disebabkan oleh pemenuhan kebutuhan melalui sebuah produk atau merek (Babin dan Harris, 2011). Nilai emosi yang didapatkan dari produk atau merek akan mempengaruhi niat beli konsumen (Hawkins dan Motherbaugh, 2010). Dengan kata lain, Oleh karena itu di dalam pemasaran nilai emosi adalah salah satu nilai yang digunakan untuk menyusun strategi pemasaran (Hawkins dan Motherbaugh, 2010).

Strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah dengan menawarkan produk yang mempunyai nilai positif (Hawkins dan Motherbaugh, 2010). Akan tetapi tidak selamanya konsumen menginginkan nilai emosi yang positif, terkadang konsumen menginginkan nilai emosi yang negatif. Sebagai contoh, terkadang konsumen ingin merasa sedih atau takut. Maka mereka mencari produk yang dapat memenuhi keinginan mereka tersebut. Misalnya dengan menonton film drama yang dapat membuat sedih, atau film horor yang dapat membuat rasa takut.

Kemudian, strategi pemasaran lainnya untuk menciptakan nilai emosi dalam diri konsumen adalah dengan iklan (Hawkins dan Mothersbaugh, 2010). Emosi dalam periklanan dilakukan untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk. Konsumen akan lebih mengingat sebuah iklan yang emosional dibandingkan iklan yang netral. Sebuah iklan yang memicu emosi positif akan membuat iklan tersebut

menjadi disukai dan membuat konsumen menyukai produk atau tersebut dan mempengaruhi niat beli.

Hubungan Pengaruh Normatif dan Kesadaran Merek

Dalam penelitiannya, Lee dkk (2008) menemukan bahwa pengaruh normatif memiliki hubungan dengan terhadap kesadaran merek. Sehingga, pengaruh normatif akan membuat seorang konsumen memiliki kesadaran merek yang tinggi (Lee dkk., 2008). Beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa pengaruh normatif mempunyai hubungan dengan kesadaran merek konsumen (Piamphongsant dan Madhachitara, 2008; Klockner dan Ohms, 2009; Park dan Lennon, 2009; Planken, Sahu, dan Nickerson, 2010; Weisberg, Te'eni, dan Arman, 2011). Dengan demikian maka hipotesis pertama dalam penelitian ini:

H₁: Ada hubungan positif antara pengaruh normatif terhadap kesadaran merek.

Hubungan Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas

Praganska (2009) mengemukakan adanya hubungan positif antara kesadaran merek dengan persepsi kualitas konsumen. Selain penelitian tersebut, beberapa penelitian lain juga menemukan hubungan yang sama antara kesadaran merek dan persepsi kualitas (Gil, Andres, dan Salinas, 2007; Wilcox, Laverie, Kolyesnikova, Duhan, dan Dodd, 2008; Tong dan Hawley, 2009; Nguyen, Barret, dan Miller, 2011). Berdasarkan uraian diatas dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Ada hubungan positif antara kesadaran merek dan persepsi kualitas.

Hubungan Kesadaran Merek dan Nilai Emosi

Dalam penelitiannya, Lee dkk. (2008) menemukan hubungan positif antara kesadaran merek dengan nilai emosi. Beberapa penelitian lain juga menemukan hubungan yang sama antara kesadaran merek dan nilai emosi konsumen (Knight dan Kim, 2007; Wang, Chu, Chen, dan Ching, 2009; Kumar, Lim, dan Pelton, 2009; Hur, Ahn, dan Kim, 2011; Nickell, Cornwell, dan Johnston, 2011). Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: Ada hubungan positif antara kesadaran merek terhadap nilai emosi

Hubungan Persepsi Kualitas dan Nilai Emosi

Menurut Lee dkk. (2008), nilai utilitarian (fungsional) dan nilai hedonik (emosi) pada suatu produk atau merek memiliki hubungan. Secara spesifik, semakin tinggi persepsi kualitas akan suatu merek, maka semakin tinggi nilai emosi pada merek tersebut. Beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa persepsi kualitas konsumen mempunyai hubungan dengan nilai emosi konsumen (Knight dan Kim, 2007; Gil, Andres, dan Salinas, 2007; Kumar dan Lim, 2008; Kinmam, 2009; Slatten 2008). Oleh karena itu, hipotesis keempat dalam penelitian ini:

H₄: Ada hubungan positif antara persepsi kualitas dan nilai emosi.

Hubungan Persepsi Kualitas dan Niat Beli

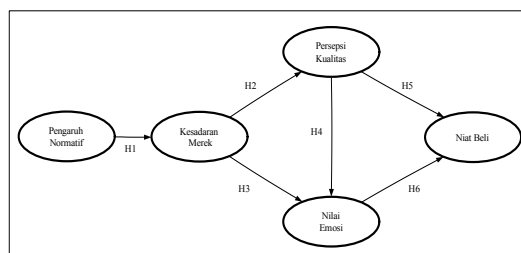
Chen dan Chang (2012) mengemukakan adanya hubungan positif antara persepsi kualitas dengan niat beli konsumen. Selain penelitian tersebut, beberapa penelitian juga menemukan hubungan yang sama antara persepsi kualitas konsumen terhadap niat beli (Baek dan King, 2011; Yaseen, Tahira, Gulzar, dan Anwar, 2011; Levy dan Guterman, 2012; Wang dan Li, 2012). Dengan demikian, hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: Ada hubungan positif antara persepsi kualitas dan niat beli pada merek luar negeri.

Hubungan Nilai Emosi dan Niat Beli

Dalam penelitiannya, Lee dkk. (2008) menemukan bahwa nilai emosi konsumen memiliki hubungan positif terhadap niat beli konsumen. Nilai emosi yang didapatkan konsumen dari produk atau merek akan meningkatkan niat beli konsumen terhadap produk atau merek tersebut. Selain itu, beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa nilai emosi memiliki hubungan terhadap niat beli konsumen (Knight dan Kim, 2007; Kumar, Kim, dan Pelton, 2009; Kim, Kim, dan Lennon, 2009; Penz dan Hogg, 2011; Im dan Ha, 2011). Berdasarkan uraian dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis keenam dalam penelitian ini:

H₆: Ada hubungan positif antara nilai emosi dan niat beli.



Sumber: Lee et al. (2008, 301)

Gambar 1.
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Objek dan sampel penelitian. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah merek pakaian Zara. Pemilihan merek pakaian Zara sebagai objek penelitian berdasarkan hasil dari penelitian eksplorasi terhadap merek pakaian luar negeri apa yang paling sering digunakan oleh responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *judgmental sampling*. Terdapat dua kriteria dalam pemilihan responden. Pertama, responden adalah mahasiswa dan mahasiswi XYZ yang berusia 18 tahun hingga 27 tahun. Kedua, responden adalah mahasiswa dan mahasiswi XYZ yang pernah membeli pakaian merek Zara dalam kurun waktu satu bulan terakhir. Perhitungan satu bulan terakhir didapat dari hasil jawaban terbanyak pada penelitian eksplorasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 226 sampel, akan tetapi hanya bisa diolah sebanyak 200 sampel. Hal ini dikarenakan responden tidak mengisi kuesioner secara lengkap.

Definisi Konseptual dan Operasional.

Pada penelitian ini, indikator-indikator yang digunakan didapatkan dari penelitian sebelumnya (Lee dkk., 2008) dan penelitian-penelitian sejenis sebelumnya.

Reabilitas dan Validitas. Uji keandalan diukur dengan menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* dan nilai *corrected-item total correlation*. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konvergen, validitas diskriminan dan validitas nomologikal.

Teknik Analisis Data. Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dimana hasil analisisnya digunakan untuk mengambil kesimpulan. SEM digunakan dalam penelitian ini karena SEM mampu mendefinisikan suatu model untuk menggambarkan hubungan antar variabel secara keseluruhan (Hair dkk., 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan pada 226 responden. Dari kuesioner yang disebarkan tersebut, terdapat 200 kuesioner yang dapat diolah lebih lanjut. Pertama, dilakukan analisis korelasi. Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan pada tingkat 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa peneliti memiliki keyakinan bahwa dalam model penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas karena nilai korelasi lebih kecil dari 0,80.

Tabel 3

Hasil Uji Korelasi Penelitian Aktual

	NI	BC	PQ	EV	PI
NI	1				
BC	0,338**	1			
PQ	0,308**	0,370**	1		
EV	0,324**	0,332**	0,389**	1	
PI	0,197**	0,217**	0,299**	0,270**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Keterangan: NI (Pengaruh Normatif), BC (Kesadaran Merek), PQ (Persepsi Kualitas), EV (Nilai Emosi), PI (Niat Beli).

Sumber: Hasil Pengolahan Data 200 Responden (2012)

Langkah selanjutnya adalah menguji reabilitas dan validitas. Dalam uji reabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel berkisar pada 0,894 sampai dengan 0,881. Nilai *corrected item-total correlation* berkisar pada 0,593 sampai dengan 0,818. Dengan demikian, indikator-indikator penelitian ini dapat dikatakan andal. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa validitas konvergen telah tercapai, dimana nilai *factor loading* setiap indikator diatas 0,6 dan tiap indikator mengelompok pada komponennya masing-masing. Selain tercapai validitas konvergen, validitas diskriminan juga tercapai. Pengukuran validitas diskriminan juga dapat dilakukan berdasarkan komparasi antara akar dari nilai AVE dengan koefisien korelasi antara dua variabel. Hasil validitas diskriminan dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa validitas diskriminan tercapai karena seluruh nilai kuadrat korelasi lebih kecil dari nilai AVE (Hair *et al.* 2010, 710). Selain itu, validitas diskriminan berdasarkan hasil

Tabel 4

Nilai Rata-rata, Standar Deviasi, Construct Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

	NI	BC	PQ	EV	PI
NI	0,550				
BC	0,401	0,513			
PQ	0,271	0,384	0,595		
EV	0,297	0,339	0,369	0,593	
PI	0,225	0,258	0,294	0,295	0,552
Nilai rata-rata	3,77	3,68	3,71	3,77	3,76
Standar Deviasi	0,670	0,695	0,742	0,704	0,694
Construct Reliability	0,885	0,907	0,899	0,849	0,743

Keterangan: NI (Pengaruh Normatif), BC (Kesadaran Merek), PQ (Persepsi Kualitas), EV (Nilai Emosi), PI (Niat Beli).

Angka tebal menunjukkan akar nilai AVE setiap variabel; Angka lainnya menunjukkan kuadrat korelasi antar dua variabel.

Sumber: Hasil Pengolahan Data 200 Responden (2012)

korelasi pada Tabel 3. Hasil korelasi pada Tabel 3 menunjukkan tidak ada korelasi antar variabel yang melebihi 0,75. Dengan demikian, validitas diskriminan tercapai.

Pengujian hipotesis dilakukan sesudah reliabilitas dan validitas dilakukan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode SEM. Tabel 5 menjelaskan hasil model struktural.

Tabel 5
Hubungan Struktural, *Standardized Regression Weight*, dan *Critical Ratio*
Model Penelitian

Hipo-tesis	Path	Standardized Regression Weight	C.R.	Analisis Terhadap Hipotesis
H1	Kesadaran Merek ← Pengaruh Normatif	0,389	4,588	Didukung
H2	Persepsi Kualitas ← Kesadaran Merek	0,372	4,652	Didukung
H3	Nilai Emosi ← Kesadaran Merek	0,263	2,439	Didukung
H4	Nilai Emosi ← Persepsi Kualitas	0,267	2,956	Didukung
H5	Niat Beli ← Persepsi Kualitas	0,243	2,928	Didukung
H6	Niat Beli ← Nilai Emosi	0,223	2,238	Didukung

Sumber: Hasil Pengolahan Data 200 Responden (2012)

PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua hipotesis yang ada dalam penelitian ini didukung. Hipotesis 1 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel

pengaruh normatif dan kesadaran merek. Hipotesis ini didukung ($CR = 4,588$; *standardized regression weight* = 0,389). Pengaruh normatif adalah pengaruh yang diberikan oleh kelompok referensi terhadap pemilihan produk dan merek (Hawkins dan Mothersbaugh, 2010). Pengaruh pemilihan merek akan sebuah produk akan semakin tinggi apabila produk tersebut merupakan produk yang terlihat oleh publik (Hoyer dan MacInnis, 2010). Oleh karena itu, pengaruh normatif pada diri seorang konsumen mengakibatkan konsumen tersebut memiliki kesadaran merek yang tinggi.

Selain itu, alasan didukungnya hipotesis 1 dapat dihubungkan dengan profil responden. Mayoritas responden penelitian ini berusia 18-20 tahun. Konsumen pada usia 18-20 tahun dapat dikategorikan sebagai konsumen yang belum dewasa. Konsumen tersebut dikategorikan sebagai remaja (Ayers, 2007; Rosdahl dan Kowalski, 2007). Konsumen remaja memiliki keinginan yang tinggi untuk dapat diterima di sebuah kelompok yang menjadi acuanya dalam berperilaku (Mercola dan Lerner, 2007; Kahn, dan Fawcett, 2008). Oleh karena itu mereka cenderung mempelajari tentang produk dan merek yang digunakan oleh kelompok referensinya.

Tidak hanya itu, mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin wanita. Wanita cenderung lebih mudah terpengaruh oleh kelompok referensinya dibandingkan dengan pria (Galman, 2012). Wanita mempunyai keinginan yang tinggi untuk dapat diterima di suatu komunitas yang menjadi acuanya dalam berperilaku. Salah satu cara untuk dapat diterima di

sebuah komunitas adalah dengan mengikuti cara berperilaku komunitas tersebut. Dengan memenuhi pengaruh normatif dari kelompok referensi tersebut maka akan tercapai perasaan *self and belonging* (Galman, 2012).

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel kesadaran merek dan persepsi kualitas didukung ($CR = 0,372$; *standardized regression weight* =). Merek dapat memberikan nilai utilitarian bagi konsumen (MacInnis, Park dan Priester, 2009). Nilai utilitarian adalah nilai fungsional dari sebuah produk (Babin dan Harris, 2011). Konsumen mempersepsikan kualitas produk berdasarkan merek dari produk tersebut. Oleh karena itu, kesadaran merek seorang konsumen akan mengakibatkan konsumen tersebut memiliki persepsi kualitas akan merek tersebut (Babin dan Harris, 2011). Selain itu, alasan didukungnya hipotesis 2 dapat dihubungkan dengan profil responden. Mayoritas responden pada penelitian ini berusia 18-20 tahun. Konsumen remaja mempersepsikan kualitas produk berdasarkan merek (Matel dan Dinu, 2010:47). Semakin tinggi kesadaran mereka akan sebuah merek, maka mereka akan mempunyai persepsi kualitas yang semakin baik terhadap merek tersebut (Woolfe, Strawbridge, Douglas dan Dryden, 2010: 328).

Berdasarkan hasil uji hipotesis hipotesis 3 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel kesadaran merek dan nilai emosi didukung. Selain memberikan nilai utilitarian, merek dapat memberikan nilai hedonis (MacInnis

et al., 2009: 88). Nilai hedonis adalah nilai emosi atau perasaan yang didapatkan seorang konsumen dari suatu produk atau merek tertentu (Babin dan Harris, 2011: 29). Kesadaran akan sebuah merek akan membuat konsumen mendapatkan nilai emosi akan merek tersebut (Hoyer dan MacInnis, 2010: 139).

Selain itu, alasan didukungnya hipotesis 3 dapat dihubungkan dengan profil responden. Mayoritas responden berjenis kelamin wanita. Wanita lebih mengikuti perkembangan dunia *fashion* atau pakaian dibandingkan dengan pria (Kavkani *et al.*, 2011: 239). Selain itu wanita lebih sering membeli pakaian daripada pria (Seivewright 2007, 135). Sehingga wanita memiliki kesadaran merek yang tinggi akan merek-merek pakaian yang ada. Pada umumnya merek menawarkan nilai emosional pada konsumennya. Nilai emosional tersebut lebih mudah diterima oleh wanita dibandingkan pria. Hal tersebut karena wanita lebih menggunakan perasaan atau emosi dibandingkan logika (Malov, 2007: 99).

Berdasarkan hasil uji hipotesis, hipotesis 4 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel persepsi kualitas dan nilai emosi didukung. Persepsi adalah kesadaran dan interpretasi seorang konsumen akan suatu produk (Babin dan Harris, 2011: 41). Dalam mempersepsikan kualitas suatu produk, seorang konsumen dipengaruhi oleh komponen afektif. Komponen afektif adalah nilai emosi atau perasaan yang di dapatkan dari produk tersebut (Hawkins dan Motherbaugh, 2010: 395). Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

Selain itu, alasan didukungnya hipotesis 4 dapat dihubungkan dengan profil responden. Mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin wanita. Wanita membuat persepsi kualitas akan sebuah produk berdasarkan merek (Fraser, 2009: 137). Kemudian wanita akan menilai merek tersebut berdasarkan nilai hedonis (emosional) yang ditawarkan oleh merek. Sedangkan pada umumnya pria menilai merek berdasarkan nilai utilitarian (fungsional) dari merek tersebut (Yurchisin dan Johnson, 2010: 41).

Selanjutnya adalah hipotesis 5. Berdasarkan hasil uji hipotesis, hipotesis 5 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel persepsi kualitas dan niat beli didukung. Niat beli adalah tahap sebelum keputusan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Kotler, 2012: 192). Untuk membuat keputusan pembelian, konsumen menilai produk atau merek berdasarkan persepsi kualitas akan produk atau merek tersebut.

Selain itu, alasan didukungnya hipotesis 5 dapat dihubungkan dengan profil responden. Mayoritas responden penelitian ini berusia 18-20 tahun. Selain itu mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin wanita. Pada umumnya, dalam membuat keputusan pembelian, remaja wanita menilai produk atau merek berdasarkan nilai utilitarian (fungsional) dan hedonis (emosional) yang ditawarkan.

Hipotesis yang terakhir adalah hipotesis 6. Berdasarkan hasil uji hipotesis, hipotesis 6 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif pada nilai emosi dan niat beli didukung. Niat beli adalah tahap sebelum keputusan pembelian dalam proses

pengambilan keputusan pembelian (Kotler, 2012: 192). Untuk membuat keputusan pembelian, tidak selamanya berdasarkan nilai utilitarian (fungsional) yang ditawarkan merek atau produk. Akan tetapi keputusan pembelian dapat berdasarkan nilai hedonis (emosional) yang ditawarkan oleh produk atau merek. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

Selain itu, alasan didukungnya hipotesis 6 dapat dihubungkan dengan profil responden. Mayoritas responden penelitian ini adalah wanita. Wanita cenderung lebih menggunakan perasaan atau emosi dalam mengambil keputusan pembelian dibandingkan pria (Revy, Oze dan Ito, 2010: 284; Weiten, Dun dan Hammer, 2012: 344).

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan terhadap hasil penelitian ini dengan hasil penelitian Lee *et al.* (2008). Perbandingan antara hasil uji hipotesis pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel 6.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Seiring dengan semakin meningkatnya persaingan pasar di dunia *fashion*, maka Zara perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi manajerial bagi Zara. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan pada pengaruh normatif, kesadaran merek, persepsi kualitas, dan nilai emosi terhadap niat beli. Berkaitan dengan kesimpulan

Tabel 6
Perbandingan Hasil Penelitian

Hipotesis	Penelitian Lee <i>et al.</i> (2008)	Penelitian Ini (2012)
H1: Kesadaran Merek ← Pengaruh Normatif	Didukung	Didukung
H2: Persepsi Kualitas ← Kesadaran Merek	T i d a k didukung	Didukung
H3: Nilai Emosi ← Kesadaran Merek	Didukung	Didukung
H4: Nilai Emosi ← Persepsi Kualitas	T i d a k didukung	Didukung
H5: Niat Beli ← Persepsi Kualitas	Didukung	Didukung
H6: Niat Beli ← Nilai Emosi	Didukung	Didukung

Sumber: Penelitian Lee *et al.* (2008) dan penelitian ini (2012)

tersebut, maka terdapat beberapa implikasi secara manajerial yang dapat dilakukan oleh Zara untuk mempertahankan maupun meningkatkan niat beli konsumennya.

Pertama, upaya yang dapat dilakukan Zara untuk meningkatkan niat beli konsumennya adalah dengan membuat iklan yang dapat mengkomunikasikan nilai kelompok referensi. Misalnya Zara dapat membuat iklan yang mengangkat tema persahabatan. Kemudian salah satu kelompok referensi yang paling berpengaruh terhadap kesadaran merek adalah selebriti. Zara dapat menggunakan selebriti yang memiliki citra yang baik untuk dijadikan bintang iklannya.

Selain itu, konsumen mempersepsikan kualitas produk berdasarkan apa yang dilihatnya. Dengan melihat iklan yang menarik maka konsumen akan mempunyai persepsi kualitas akan Zara. Kemudian persepsikualitastersebutakanmenimbulkan nilai emosi. Dimana telah ditunjukkan oleh hasil penelitian ini bahwa persepsi kualitas dan nilai emosi memberikan pengaruh terhadap niat beli.

Kedua, Zara dapat menambahkan nilai lebih terhadap mereknya. Selama ini Zara terkenal dengan merek yang menawarkan pakaian-pakaian yang *up to date* dengan harga yang relatif terjangkau. Untuk meningkatkan niat beli konsumennya, maka Zara dapat menambahkan nilai lebih. Seperti misalnya dengan memanfaatkan isu ramah lingkungan. Zaradapatmenggunakan produk-produk ramah lingkungan seperti misalnya penggunaan bahan organik pada baju ataupun *jeans* Zara. Selain itu, Zara juga dapat menggunakan *paper bag* yang ramah lingkungan dengan penggunaan kertas daur ulang.

SIMPULAN DAN SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Berdasarkan keterbatasan penelitian serta hasil dari penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan tiga saran bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Saran pertama adalah mengenai objek penelitian. Pada penelitian selanjutnya dapat disarankan untuk mengaplikasikan penelitian ini pada merek pakaian lainnya, sehingga hasil penelitian ini dapat digeneralisasi untuk merek pakaian secara keseluruhan. Selain itu, seperti yang disarankan oleh Lee dkk.(2008), penelitian selanjutnya dapat mengaplikasikan penelitian ini pada produk lainnya, seperti *handphone*.

Saran kedua adalah mengenai desain sampel penelitian. Pada penelitian ini menggunakan desain sampel non-probabilitas sehingga membatasi generalisasi dari hasil penelitian. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan dapat mengubah desain sampel menjadi desain sampel probabilitas sehingga hasil penelitian selanjutnya dapat digeneralisasi.

Saran yang terakhir adalah dalam penelitian selanjutnya sebaiknya ditambahkan faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi niat beli konsumen. Sehingga dapat memahami cara membangun sikap-sikap positif terhadap objek penelitian dan meningkatkan niat beli.

Daftar Pustaka

- Babin, B.J. dan Harris, E.G (2011). *CB2*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Baek, H. T. dan King, K.W. (2011). "Exploring the consequences of brand credibility in services." *Journal of Services Marketing*, Vol. 25 No. 4: 260-272.
- Camilleri, J. A. dan Falk, J. (2009). *World in Transition: Evolving Governance Across a Stressed Planet*. USA: Edward Elgar Publishing.
- Chieng, F.Y. dan Goi, C. (2011). "Customer-based brand equity: A study on interrelationship among the brand equity dimension in Malaysia." *African Journal of Business Management*, 5, 27, : 11856-11862.
- Chi, H. K., Yeh, H.R. dan Yang, Y.T. (2009). "The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty." *The Journal of International Management Studies*, 4, 1, 135-144.
- Chu, C. dan Lu, H (2007). "Factors Influencing Online Music Purchase Intention in Taiwan: An Empirical Study Based on the Value-Intention Framework." *Internet Research*, 17, 2, 139-155.
- Chung, J., Stoel, L., Xu, Y. dan Ren, J. (2012). "Predicting Chinese Consumers' Purchase Intentions for Imported Soy-Based Dietary Supplements." *British Food Journal*, 114, 1, 143-161.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gil, R.B., Andres, E.F. dan Salinas, E.M. (2007). Family as a Source of Consumer-Based Brand Equity. *Journal of Product and Brand Management*, 16, 3, 188-189.
- Hair, J. F. Jr., Money, A.H., Samouel, P. dan Page, M. (2007). *Research Methods For Business*. England: John Wiley & Sons Ltd.
- Hair, J.F. Jr., Black, W.C., Babin, B.J. dan Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Prespective*, 7th ed. United States of America: Pearson.
- Hawkins, D.I. dan Mothersbaugh, D.L. (2010). *Customer Behavior: Building Marketing Strategy*, 11th ed. New York: McGraw-Hill.

- Hoyer, W.D. dan MacInni, D.J. (2010). *Customer Behavior*, 5th ed. South-Western: Cengage Learning.
- Hur, W., Ahn, K. dan Kim, M. (2011). "Building Brand Loyalty through Managing Brand Community Commitment". *Management Decision*, 49, 7, 1194 – 1213.
- Im, H. and Ha, Y. (2011). The Effect of Perceptual Fluency and Enduring Involvement on Situational Involvement in an Online Apparel Shopping Context. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 15, 3, 345-362.
- Jalilvand, M.R. dan Samiei, N.(2012). "The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention." *Marketing Intelligence & Planning*, 30, 4, 460-476.
- Kang, J.H., Jin, B. and Gavin, M. (2010). "The Positive Emotion Elicitation Process of Chinese Customers Toward a U. S. Apparel Brand: A Cognitive Appraisal Perspective." *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34, 12, 1992-2005.
- Kaufman, A.S. dan Kaufman, N.L. (2005). *Essentials of Research Design and Methodology*. NJ: John Wiley and Sons, Inc.
- Kavkani, Seyyed Ali Moosavi, Seyedreza Seyedjavadin dan Faraz Saadeghvaziri (2011). "Decision-making styles of young Iranian consumers", *Business Strategy Series*, 12, 5, 235-241.
- Kim, J., Kim, M. dan Lennon, S.J. (2009). "Effects of web site atmospherics on consumer responses: music and product presentation." *Direct Marketing: An International Journal*, 3, 1, 4-19.
- Kim, J. dan Lennon, S.J. (2010). "Information available on a web site: effects on consumers' shopping outcomes." *Journal of Fashion Marketing and Management*, 14, 2, 247-262.
- Klöckner, C.A. dan Ohms, S. (2009) "The Importance of Personal Norms for Purchasing Organic Milk". *British Food Journal*, 111, 11, 1173 – 1187.
- Knight, Dee K. dan Eun Young Kim (2007). "Japanese consumers' need for uniqueness: Effects on brand perceptions and purchase intention." *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11, 2, 270-280.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012). *Marketing Management*, 14th ed. United States of America: Pearson Education.
- Kumar, Nirmalya dan Jan-Benedict E. M. Steenkamp (2007). *Private Label Strategy: How to Meet the Store Brand Challenge*. United States of America: Harvard Business School Press.
- Kumar, A. and Kim, Y. (2009). Indian Consumers' Purchase Behavior toward US versus Local Brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37, 6, 510-526.
- Kumar, R. (2011). *Research Methodology: A Step by Step Guide for Beginner*. London: Sage Publications.

- Kumar, S. R. (2008). *Marketing and Branding: The Indian Scenario*. London: Sage Publications.
- Lee, Min-Young, Youn-Kyung Kim, Lou Pelton, Dee Knight dan Judith Forney (2008). "Factors affecting Mexican college students' purchase intention toward a US apparel brand." *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12, 3, 294-307.
- Levy, S. dan Gendel-Guterman, H. (2012). "Does advertising matter to store brand purchase intention? A conceptual framework." *Journal of Product & Brand Management*, 21, 2, 89-97.
- Nguyen, Tho D., Nigel J. Barret dan Kenneth E. Miller (2011). "Brand loyalty in emerging markets." *Marketing Intelligence & Planning*, 29, 3, 222-232.
- Nickell, D., Cornwell, T.B. dan Johnston, W.J.(2011)"Sponsorship-linked Marketing: a Set of Research Propositions", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26, 8, 577 - 589
- Park, Hye-Jung, Leslie Davis Burns dan Nancy J. Rabolt (2007). "Fashion innovativeness, materialism, and attitude toward purchasing foreign fashion goods online across national borders: The moderating effect of internet Innovativeness." *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11, 2, 201-214.
- Park, H. dan Sullivan, P. (2009). "Market segmentation with respect to university students' clothing benefits sought Shopping orientation, clothing attribute evaluation, and brand repatronage." *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37, 2, 182-201.
- Park, Ji Eun, Jun Yu dan Joyce Xin Zhou (2010). "Consumer innovativeness and shopping styles." *Journal of Consumer Marketing*, 27, 5, 437-446.
- Penz, Elfriede dan Margaret K. Hogg (2011). "The role of mixed emotions in consumer behaviour: Investigating ambivalence in consumers' experiences of approach-avoidance conflicts in online and offline settings." *European Journal of Marketing*, 45, 1, 104-132.
- Piamphongsant, T. dan Mandhachitara, R. (2008). "Psychological Antecedents of Career Women's Fashion Clothing Conformity", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12, 4, 438 – 455.
- Planken, B., Sahu, S. dan Nickerson, C. (2010) "Corporate Social Responsibility Communication in the Indian Context", *Journal of Indian Business Research*, 2, 1, 10 - 22
- Rubin, A. dan Babbie, E. (2011). *Research Methods for Social Work*, 7th ed. USA: Cengage Learning.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. dan Wisenblit, J. (2010). *Customer Behavior*, 10th ed. United States of America: Pearson Education.
- Tong, X. dan Hawley, J.M. (2009) "Creating Brand Equity in the Chinese Clothing Market: The effect of Selected Marketing

- Activities on Brand Equity Dimensions". *Journal of Fashion Marketing and Management*, 13, 4, 566 – 581.
- Wang, Cheng-Lu, Noel Y. M. Siu dan Alice S. Y. Hui (2004). "Consumer decision-making styles on domestic and imported brand clothing." *European Journal of Marketing*, 38, 1/2, 239-252.
- Wang, Cheng Lu dan Zhen Xiong Chen (2004). "Consumer ethnocentrism and willingness to buy domestic products in a developing country setting: testing moderating effects." *Journal of Consumer Marketing*, 21, 6, 391-400.
- Wang, W., Chu, Y. dan Chen, Y. (2009). Consuming Research on Brand Recognition on Mobile Phones Purchase in Beijing. *The Journal of International Management Studies*, 4, 2, 185-192.
- Wang, Wei-Tsong dan Hui-Min Li (2012). "Factors influencing mobile services adoption: a brand-equity perspective." *Internet Research*, 22, 2, 142-179.
- Weisberg, J., Te'eni, D. dan Arman, L. (2011). "Past purchase and intention to purchase in e-commerce: The mediation of social presence and trust." *Internet Research*, 21, 1, 82-96.
- Weiten, W., Dunn, D.S. dan Hammer, E.Y. (2012). *Psychology Applied to Modern Life*, 10th ed. USA: Cengage Learning.
- Wlicox, J.B., Laverie, D., Kolyesnikova, N., Duhan. D.F. dan Dodd. T.H. (2008), "Facets of Brand Equity and Brand Survival: A Longitudinal Examination," *International Journal of Wine Business Research*, 20, 3, 202-231.
- Yaseen, N., Tahira, M., Gulzar, A. dan Anwar, A. (2011). "Impact of Brand Awareness, Perceived Quality and Customer Loyalty on Brand Profitability and Purchase Intention: A Resellers View." *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3, 8, 833-839.

Anteseden Konflik Pekerjaan-Keluarga Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Bank Pemerintah di Wilayah Jateng dan DIY)

Sih Darmi Astuti

Tristiana Rijanti

Fakultas Ekonomi Unisbank Semarang

astuti_sda@yahoo.com

tristiana.rijanti@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study was to examine the work-family conflict in the role of employee performance. Factors to be antecedents are supervisors support, family involvement, role overload, and religiosity. Work-family conflict is analyzed in two dimensions, which is based on time and behavior. Family involvement is measured from the family support and family demands, while the performance of the two-dimensional is measured as described MacKenzie et al. and William & Anderson, namely in-role and extra-role. The impact of work-family conflict is well-being, in-role performance and extra-role performance. The respondents of this study are employees of government banks in the Special Region of Yogyakarta in Central Java. Data collection method and survey as many as 311 questionnaires returned from the 350 which can be deployed and used in the analysis of as many as 232 pieces. Purposive and convenience sampling was used in this study. Validity and reliability testing performed before testing the relationship between variables using structural equation models. The analysis used in this study using a Maximum Likelihood (ML). The results contribute to work-family conflict literature in three ways. First work-family conflict occurs only by time and behavior, and is influenced by role overload. The second was family involvement occurring from off family support due to higher demands of his family. The third was extra-role performance is influenced by the welfare of employees in the form of satisfaction and good health, while welfare is affected by the performance of in-role and in-role performance is affected a person's ability to solve problems is the focus or in other words that they are having a good problem focused coping will be able to complete their role performance.

Keywords: religiosity, work-family conflict, family involvement, well-being, performance.

PENDAHULUAN

Pasangan suami istri yang keduanya bekerja telah meningkatkan hubungan ketergantungan antara pekerjaan dan keluarga. Kondisi ini akan menciptakan terjadinya konflik antara tuntutan pekerjaan

dan keluarga atau yang disebut *work-family conflict (WFC)*. WFC yaitu suatu kondisi dimana terjadi konflik karena tekanan peran dari pekerjaan dan keluarga yang satu sama lain tidak selaras (Abbot et al., 1998). Konflik ini ditandai dengan

kurangnya keselarasan antara pekerja dan tanggungjawab keluarga mereka dengan sasaran-sasaran organisasi. Keadaan seperti ini menjadi isu yang semakin penting untuk diperhatikan oleh perusahaan baik di negara maju maupun berkembang (Yang *et al.*, 2000). Perubahan peran wanita yang dahulunya digambarkan sebagai seseorang yang mempunyai peran *to protect a beauty* yang bertugas merapikan rumah, menjaga kesehatan anak-anak, memasak, serta mengasuh anak menjadi semakin berkurang, terkecuali dipedesaan yang belum terjamah dengan banyaknya bangunan industri, para wanita lebih cenderung berperan di dalam rumah tangga, tidak jarang mereka menjadi kontributor penting dalam perekonomian rumah tangga.

Di sisi lain, peran maskulin pria yang dahulu digambarkan sebagai pencari nafkah utama dan dibebaskan dari urusan rumah tangga sudah mulai berubah. Wanita dengan tuntutan pada pekerjaannya membatasi kinerja dan peran mereka dalam keluarga. Pria kemudian menjadi lebih terlibat dengan keluarga dan prioritas mereka bergeser dari yang semula hanya pada pekerjaan saja (Michelson, Pleck, dalam Duxbury & Higgins, 1991). Dengan semakin meningkatnya wanita yang bekerja dapat berpengaruh pada aktivitas wanita di rumah tangganya yang dapat saja mengubah pola pembagian kerja yang ada di rumah tangganya (Ihromi, 1990).

Saat ini wanita di Indonesia telah diberi peluang yang sama dengan laki-laki di bidang pendidikan, namun persepsi masyarakat terhadap wanita tidak mengalami perubahan yang berarti. Masih kuat anggapan bahwa pendidikan pada

wanita tujuannya adalah agar ia lebih mampu mendidik anak-anaknya. Wanita tetap saja dianggap *the second sex*. Wanita 'direndahkan' ketika ia hanya di rumah dan 'dieksploitasi' saat mereka berada di tempat kerja. Persepsi demikian tidak hanya dianut kalangan awam, juga cendekiawan, dan yang lebih memprihatinkan, pemerintah juga menjustifikasi persepsi tersebut dalam kebijakan pembangunan, yang diungkapkan dalam panca tugas wanita: sebagai istri dan pendamping suami, sebagai pendidik dan pembina generasi muda, sebagai pekerja yang menambah penghasilan negara dan sebagai anggota organisasi masyarakat, khususnya organisasi perempuan dan organisasi sosial. Tak terungkap tegas apa peran-peran seorang laki-laki.

Konsep *New Man* sekarang sedang tumbuh di kota-kota besar dunia. Pria tampak di tempat bermain anak, mengantar anak ke sekolah, belanja di pusat-pusat perbelanjaan bahkan pada hari-hari tertentu mereka melakukan kegiatan memasak, mencuci atau mengasuh anak. Ini membalikkan mitos bahwa rumah tangga adalah tanggung jawab wanita saja. Secara bersamaan *trend* tersebut menghasilkan peningkatan level konflik pekerjaan-keluarga baik wanita maupun pria, dimana mereka berusaha untuk menyeimbangkan tuntutan yang saling tidak selaras antara pekerjaan dan keluarga.

Kajian tentang permasalahan gender di Indonesia, sampai sekarang hegemoni pandangan mengenai pertama-tama wanita sebagai ibu rumah tangga masih teramat kuat, sehingga baik pemerintah maupun media masa terus-menerus berbicara mengenai peran ganda, padahal menurut

Budiman (1985) jika wanita masih harus membagi hidupnya menjadi dua, satu di sektor domestik dan satu lagi di sektor publik, maka menurutnya laki-laki yang mencurahkan perhatian sepenuhnya pada sektor publik akan selalu memenangkan persaingan di pasaran tenaga kerja. Tampaknya mustahil untuk mengatasi permasalahan gender ini hanya dari sudut pandang wanita, atau dengan kata lain hanya dengan berusaha merubah wanita sebagai individu saja dan juga masalah tidak akan selesai hanya dengan menyalahkan laki-laki.

Di sisi lain, sebagai budaya kolektif dan orientasi peran gender yang tradisional, perempuan di Indonesia dihadapkan dengan tuntutan untuk membawa tanggung jawab yang lebih besar dalam kehidupan rumah tangga. Hasil dari diskusi kelompok fokus mengungkapkan bahwa tuntutan pekerjaan yang memberatkan mereka diantaranya adalah: seringnya rapat setelah jam kerja, kurangnya sistem pendukung administrasi yang handal, kepemimpinan yang tidak efektif dalam organisasi, dan rekan kerja atau bawahan yang tidak trampil, sedangkan untuk tuntutan keluarga diantaranya: tentang perawatan dan pendidikan anak, ketimpangan distribusi tugas domestik dengan pasangan, pembantu rumah tangga yang tidak tersedia atau tidak kompeten. Munculnya konflik pekerjaan-keluarga menghasilkan efek negatif terhadap motivasi yang rendah, kesulitan berkonsentrasi pada pekerjaan, penarikan pada pekerjaan, penderitaan, lekas marah, kurang tidur, perasaan bersalah, dan mengalami panik dan kesedihan.

.Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Jogjakarta menjadi pilihan

peneliti mengingat meskipun memang belum masuk dalam sasaran survey MRI tetapi peneliti yakin bahwa wilayah ini mempunyai sebaran perbankan yang masuk kategori besar di Indonesia, sehingga akan merepresentasi kondisi perbankan saat ini. Tentunya tidak terkecuali adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD) yang ikut berkiprah dalam perbankan milik pemerintah daerah setempat sebagai bagian dari pemerintah.

Research Gap

Research Gap hubungan dukungan sosial dengan konflik pekerjaan-keluarga

Banyak penelitian yang menemukan hubungan antara dukungan sosial dengan konflik pekerjaan-keluarga, tetapi temuan mereka berbeda-beda. Nasurdin&Hsia (2008) dalam studinya yang berjudul *"Influence of Support at Work and Home on Work-Family Conflict: Does Gender Make a Difference"* menemukan bahwa dukungan sosial dari atasan dan pasangan berpengaruh negatif terhadap konflik pekerjaan-keluarga untuk para akuntan di Malaysia bagian utara.

Dukungan dan pengertian dari para atasan/manager akan membuat situasi kerja menjadi lebih nyaman dan menurunkan tingkat stres kerja. Bagi karyawan yang sudah menikah, dukungan atasan akan menjadi pengurang yang penting terhadap efek spillover negatif dari kehidupan kerja terhadap keluarga. Artinya, atasan yang dapat mengakomodasi tuntutan keluarga dan pekerjaan karyawannya (misalnya: mengurangi lembur, menyetujui adanya kepentingan darurat keluarga karyawan, responsif terhadap masalah-masalah keluarga karyawan, dll) akan memiliki

potensi dalam mengurangi peristiwa-peristiwa konflik pekerjaan-keluarga yang dihadapi karyawan. Temuan yang mendukung juga dilakukan oleh Erdwins, et al (2001) dan Lee & Choo (2001).

Riset yang berbeda tidak menemukan pengaruh antara dukungan sosial terhadap konflik pekerjaan-keluarga, yaitu studi yang dilakukan oleh Kirrane & Buckley (2004). Semua sumber dukungan sosial dalam riset ini, yaitu dukungan atasan, rekan kerja, teman, serta pasangan/keluarga tidak berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga. Temuan studi ini juga bukan merupakan temuan awal yang mengejutkan, karena riset-riset yang sebelumnya (Ducharme & Martin, 2000) juga tidak menemukan hubungan ini.

Untuk mempermudah dalam membandingkan hasil penelitian yang menguji pengaruh dukungan sosial terhadap konflik pekerjaan-keluarga, maka beberapa penelitian yang menguji hubungan tersebut beserta hasil temuannya disajikan dalam tabel 1 (Lampiran).

Research Gap hubungan konflik pekerjaan-keluarga dengan kinerja pegawai

Ada beberapa studi yang menemukan hubungan antara konflik pekerjaan-keluarga dan kinerja pegawai yang berbeda-beda, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Netemeyer, et al. (2005) pada perusahaan jasa untuk para customer service dan supervisornya didapat pengaruh yang negatif antara konflik pekerjaan-keluarga terhadap kinerja mereka, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Butler dan Skattebo (2004)

yang menemukan bahwa karyawan yang mengalami konflik pekerjaan-keluarga menghasilkan kinerja yang lebih rendah dibanding karyawan yang tidak mengalami konflik ini, tetapi bagi karyawan tidak ditemukan perbedaan ini, tidak ada perbedaan terhadap kinerja mereka baik yang mengalami konflik pekerjaan-keluarga maupun tidak mengalaminya. Studi lain yang mendukung hasil ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Karatepe dan Sokmen (2006).

Studi yang berbeda adalah penelitian yang dilakukan oleh Netemeyer et al. (1996) dan juga Bhuian et al. (2005) yang menemukan bahwa konflik pekerjaan-keluarga tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Disamping itu, masih banyak riset yang mengukur kinerja hanya dari seberapa baik seseorang masih mengungkapkan pengaruh konflik pekerjaan-keluarga pada *in-role performance* sebagai salah satu aspek dalam pengukuran kinerja. Penggunaan ukuran *in-role performance* belum memadai, karena belum mencakup ukuran kinerja yang berkaitan dengan aspek kerjasama antar pegawai yang juga sangat penting bagi organisasi, mengingat hampir setiap pekerjaan tidak ada yang dapat dilakukan sendirian, dengan kata lain bagaimana kerjasama dalam tim akan menentukan keberhasilan kinerjanya. Ukuran kinerja yang lain adalah *extra-role performance*, yang merupakan hal-hal yang tidak wajib dilakukan dan seringkali tidak terdapat dalam deskripsi kerja, tetapi jika dijalankan oleh para pegawai akan mempengaruhi keefisienan organisasi secara keseluruhan (MacKenzie, 1999). Untuk mempermudah dalam membandingkan hasil penelitian yang menguji pengaruh konflik pekerjaan-

keluarga terhadap kinerja pegawai, maka beberapa penelitian beserta hasil temuannya disajikan dalam tabel 2 (Lampiran).

Fenomena Konflik Pekerjaan-Keluarga Di Indonesia

Hampir semua penelitian tentang konflik pekerjaan-keluarga di Indonesia (Wanda Fitri; 2000, Gusti Rosvia W.; 2002, Intan Novela Q.A.; 2002, Sri Rahayuningsih; 2004, Andhiek Y.; 2008, dan Berta A.K.; 2007) tidak menemukan adanya konflik pekerjaan-keluarga itu sendiri, atau dengan kata lain bahwa konflik ini sebenarnya tidak terjadi, walaupun riset-riset mereka menemukan bahwa banyak variabel lain mempengaruhi dan dipengaruhi oleh konflik ini. Konsep dan pengukuran yang mereka gunakan memang merupakan konsep-konsep yang sudah sering dipakai pada berbagai penelitian tentang konflik pekerjaan-keluarga, yaitu dari konsep dari: Kopelman, Greenhaus & Connely (1983), Burley (1989), Pleck, Staines, & Lang (1980), Burke, Weire, & Du wors (1980), Bohem & Long (1981), Gutek, Searle, & Klepa (1991), Higinis, Duxbury, dan Irving (1992), serta Greenhaus dan Parasuraman (1994).

Studi awal yang dilakukan oleh peneliti pada 71 orang responden (dengan respon rate 79%: yaitu dari 120 kues yang disebar, kembali 90 kuesioner dan yang dapat diolah 71 kuesioner) yang berasal dari 5 bank pemerintah, yaitu: Bank BNI (20 orang), Bank BRI (18 orang), Bank BTN (16 orang), Bank Mandiri (12 orang), dan Bank BPD (5 orang), yang berada di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Jogjakarta menunjukkan bahwa para pegawai bank-bank ini mengalami konflik pekerjaan-keluarga

yang cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dari nilai rata-rata konflik ini berada di atas netral (dengan menggunakan skala 7), yaitu masing-masing sebesar: 5,61; 4,63; 5,72; dengan masing-masing adalah jenis konflik pekerjaan-keluarga berdasarkan waktu, ketegangan, dan perilaku. Berdasarkan temuan awal ini, maka pengukuran tentang konflik pekerjaan-keluarga untuk selanjutnya hanya menggunakan dua dimensi, yaitu berdasarkan waktu dan perilaku. Terlihat disini bahwa yang tinggi dirasakan oleh mereka adalah konflik berdasarkan perilaku dan waktu. Hal ini juga didukung oleh banyaknya jam kerja mereka, dimana survey menunjukkan bahwa para karyawan bekerja 11-12 jam sehari atau 60 jam seminggu yang sudah lebih dari 40 jam seminggu sebagai standar jam kerja normal.

Sektor perbankan yang semakin tumbuh dengan tuntutan persaingan yang sangat tinggi menuntut para karyawannya untuk bekerja lebih keras dan lebih cerdas, agar dapat eksis. Pegawai bank saat ini sangat berbeda dengan pegawai bank 10 tahun yang lalu, dimana tuntutan terhadap pekerjaan belum begitu terasa. Ditambah lagi dengan tuntutan teknologi saat ini, dimana bagi mereka yang tidak siap akan menimbulkan kecemasan tersendiri. Untuk para pegawai yang berada di kelompok officer akan menjadi beban tersendiri, mengingat mereka memiliki tanggung jawab yang lebih besar, karena dihadapkan pada pengambilan keputusan dalam pelaksanaan kerjanya, sehingga memiliki risiko yang lebih besar juga. Terbatasnya penelitian yang mengambil obyek pada para pegawai di sektor perbankan mendorong penelitian ini untuk mencermati lebih

dalam, mengingat konflik ini kemungkinan akan sangat terasa bagi mereka yang di tempat kerjanya membutuhkan waktu kerja yang relatif lama, karena akan semakin sulit membagi tugas antara tanggung jawab pekerjaan dan tanggung jawab keluarganya, atau dengan kata lain sulit mencapai keseimbangan seperti yang dikemukakan oleh Foley dan Powel. Berdasarkan pada permasalahan-permasalahan penelitian di atas yang bersumber dari hasil-hasil penelitian sebelumnya serta fenomena konflik pekerjaan-keluarga di Indonesia, maka dapat dirumuskan masalah utama dalam penelitian ini yaitu "Bagaimana mengembangkan pendekatan-pendekatan yang cocok untuk menghadapi konflik pekerjaan-keluarga". Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengembangkan pendekatan-pendekatan teoritikal baru untuk memberikan kontribusi konseptual mengenai hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi konflik pekerjaan-keluarga dan dampaknya pada kesejahteraan, dan kinerja pegawai. Di samping itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang adanya salah satu konsep dukungan sosial yang berasal dari keluarga, yaitu tentang keterlibatan keluarga yang bersumber dari dukungan keluarga dan tuntutan/tekanan keluarga secara lebih komprehensif.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Konflik Pekerjaan-Keluarga

Greenhaus dan Beutell (1985) mendefinisikan konflik pekerjaan-keluarga sebagai suatu bentuk konflik antar peran dimana tekanan-tekanan peran pekerjaan dan keluarga saling tidak selaras satu sama lain dalam beberapa hal, dimana partisipasi

dalam salah satu peranan tersebut menjadi lebih sulit dikarenakan tuntutan untuk berpartisipasi dalam peranan yang lain. Misalnya, semakin banyak pria yang mengalami tuntutan dalam peran pekerjaan mereka bertentangan dengan tanggung jawab yang seharusnya mereka lakukan di rumah.

Pekerjaan-pekerjaan yang menantang, sering melakukan perjalanan jauh dan jam kerja yang lama, dapat dengan mudah menimbulkan konflik dengan tekanan-tekanan dan keinginan-keinginan untuk ikut serta dalam aktivitas keluarga. Sekaran (1983) menemukan bahwa pasangan suami istri yang sama-sama berkarir akan lebih banyak mengalami konflik peran. Menjadi suatu keluhan umum bahwa wanita seringkali merasakan kesukaran untuk dapat mengkombinasikan peran dalam pekerjaan dan keluarga. Greenhaus et al. (1999) mengidentifikasikan 3 (tiga) tipe utama mengenai konflik pekerjaan-keluarga, yaitu konflik berdasarkan waktu (*time-based conflict*), konflik berdasarkan ketegangan (*strained-based conflict*), dan konflik berdasarkan perilaku (*behavior-based conflict*). Konflik berdasar waktu terjadi karena waktu yang digunakan dalam satu peran tidak dapat digunakan untuk peran yang lain. Misalnya, rapat bisnis di luar kota atau rapat senja hari dapat menimbulkan konflik dengan jadwal makan malam keluarga atau pertemuan orangtua muriddan guru sangat tidak mungkin berada dalam dua tempat dalam waktu yang sama.

Beban Peran Berlebih (*Role Overload*)

Beban yang terlalu berat/berlebih (*overload*) adalah sebuah komponen utama dari

konflik pekerjaan-keluarga, yang muncul ketika tuntutan total terhadap waktu dan tenaga yang berhubungan dengan peran pekerjaan dan keluarga yang ditentukan terlalu besar untuk melakukan perannya secara memadai (Greenhaus dan Beutell, 1985). Teori tentang kelebihan beban (*overload*) dan gangguan (*interference*) dapat digunakan untuk memprediksikan bahwa semakin tinggi konflik pekerjaan akan mempertinggi konflik pekerjaan-keluarga (Greenhouse & Beutell 1985; Kopelman *et al.*, 1983). Karasek (dalam Duxbury & Higgins 1992) mengemukakan model dua dimensi dari ketegangan kerja yang mengetengahkan struktur untuk memahami bahwa ketidakmampuan untuk merelokasikan waktu dan energi akan mempengaruhi hubungan konflik pekerjaan dengan konflik pekerjaan-keluarga.

Keterlibatan Keluarga

Keterlibatan keluarga (*Family Involvement*) didefinisikan dengan seberapa besar seseorang akan memihak secara psikologis dalam perannya sebagai pasangan suami atau istri ataupun sebagai orang tua (Greenhaus & Beutell, 1985). Keterlibatan keluarga ini dapat diketahui dari persepsi seseorang bahwa dirinya merasa mengalami peristiwa penting ketika dilibatkan dalam keluarganya. Keterlibatan seseorang yang berperan sebagai orang tua dapat diketahui dari persepsi bahwa dirinya mengalami peristiwa penting ketika melibatkan anak-anaknya, sehingga membuat sebagian perhatiannya tercurah pada kehidupan anak-anak dan keluarga. Keterlibatan seseorang yang berperan sebagai suami atau istri diketahui dari persepsi mereka bahwa dirinya mengalami peristiwa penting ketika melibatkan pasangan perkawinannya,

sehingga membuat sebagian perhatiannya berpusat pada kehidupan sebagai pasangan suami atau istri dalam keluarga (Frone *et al.*, 1994).

Keterlibatan keluarga secara teoritis akan mampu mengurangi munculnya konflik pekerjaan-keluarga, namun dalam beberapa studi (Aini, 2002; King & King, 1996) ditemukan berpengaruh positif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin terlibat dalam keluarga bahkan akan semakin meningkatkan konflik. Dalam beberapa konsep yang peneliti temukan bahwa, konflik pekerjaan-keluarga dapat dipengaruhi oleh dukungan keluarga dan tekanan/tuntutan keluarga. Berdasarkan hal ini, maka peneliti mengemukakan gagasan bahwa secara logika antara dukungan keluarga dan tekanan/tuntutan keluarga terjadi secara simultan, sehingga akan dapat berpengaruh positif maupun negatif terhadap konflik pekerjaan-keluarga.

Hal ini berarti bahwa saat dukungan keluarga tinggi, maka akan berpengaruh negatif terhadap konflik pekerjaan-keluarga, dengan kata lain adanya dukungan keluarga akan mengurangi konflik pekerjaan-keluarga. Sebaliknya, ketika tekanan/tuntutan keluarga lebih tinggi maka akan berpengaruh positif terhadap konflik pekerjaan-keluarga, dengan kata lain bahwa tekanan/tuntutan keluarga akan meningkatkan konflik pekerjaan-keluarga. Peneliti menggunakan faktor dukungan keluarga dan tekanan/tuntutan keluarga menjadi satu variabel penelitian yaitu keterlibatan keluarga, sehingga akan dapat menjelaskan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menemukan adanya pengaruh positif antara keterlibatan

keluarga terhadap konflik pekerjaan-keluarga. Adapun formulasi dari keterlibatan keluarga diperoleh dari:

$\text{Keterlibatan keluarga} = \frac{\text{Dukungan keluarga} - \text{Tekanan/Tuntutan keluarga}}{\text{Tuntutan keluarga}}$

Strategi Mengatasi / *Coping Strategy*

Salah satu cara bagi individu untuk mengurangi konflik pekerjaan-keluarga adalah dengan memiliki kemampuan untuk mengatasi (*coping*) secara efektif terhadap tuntutan yang memunculkan stres. Strategi coping ditemukan dapat mengurangi ketegangan, meningkatkan kepuasan kerja, peningkatan kesehatan, menurunkan tekanan psikologis, dan tingkat konflik pekerjaan-keluarga yang lebih rendah, serta berkurangnya depresi, kecemasan dan juga somatisasi. Joseph, William and Yule (1992) dan Hussin and Noor (2006) menemukan ada 2 cara yang berbeda dalam strategi mengatasi (*coping*) bagi individu, yaitu: *problem-focused coping*/berfokus masalah dan *religious coping*/secara religius.

Mengelola tuntutan yang berbeda, bahkan bertentangan dengan domain pekerjaan dan keluarga menggambarkan sebuah sumber yang berat bagi banyak pekerja. *Problem fokus coping* ditemukan dapat mengurangi ketegangan, disamping itu bisa meningkatkan kesehatan, kepuasan kerja, dan hasil yang lain. Pengaruh positif dari kepastian keagamaan (*religious coping*) terhadap kesejahteraan ditemukan langsung dan substansial, yaitu seseorang dengan iman keagamaan yang kuat akan mendapatkan kepuasan hidup, kebahagiaan pribadi yang tinggi, lebih sedikit konsekuensi psikososial negatif dari peristiwa kehidupan traumatis (Ross, 1990).

Studi ini akan menggunakan dua faktor yang sering digunakan dalam menjelaskan strategi coping, yaitu: *religious coping* dan *problem-focused coping*. *Religious coping* adalah suatu cara yang diyakini seseorang dalam mengatasi masalah yang dihadapinya berdasarkan kepercayaan dan praktik yang diajarkan dalam agamanya (Hussin dan Noor, 2006). Lazarus dan Folkman (1984) menggambarkan *Problem-focused coping* sebagai sebuah pertahanan melawan lingkungan penyebab stres yang umumnya mengarah pada pendefinisian masalah, mencari solusi alternatif, menitik beratkan alternatif solusi dalam hal biaya dan manfaat, memilih diantaranya, dan bertindak. Definisi lain tentang *Problem-focused coping* adalah cara mengatasi yang berfokus pada masalah melalui perencanaan kegiatan, menahan diri dari masalah, menekan kegiatan bersaing, dan mencari dukungan sosial (Muhonen and Torkelson, 2006). *Problem-focused coping* merupakan kegiatan yang direncanakan, sehingga menjadi faktor independen, sementara *religious coping* merupakan karakteristik diri sehingga membutuhkan waktu lama untuk berubah, maka dalam penelitian ini ditempatkan sebagai faktor situasional, sehingga menjadi variabel pemoderasi.

Problem-focused coping telah membuktikan sebagai cara yang efektif dalam mengelola masalah dalam peran kerja dan keluarga (Rotondo, Carlson, & Kincaid, 2002). Langkah-langkah penting yang diambil untuk memenuhi tanggung jawab di rumah dan di pekerjaan secara efisien, akan dapat membantu para individu untuk memiliki banyak waktu dalam keterlibatannya di kedua peran keluarga dan pekerjaan.

Dengan demikian, *problem-focused coping* secara teoritis membantu menghindari konflik pekerjaan-keluarga.

Dukungan Sosial

Salah satu strategi yang mungkin untuk mengatasi konflik antar-peran, khususnya, konflik pekerjaan keluarga, adalah dukungan sosial, sebagai suatu jenis dukungan informal. Dukungan sosial yang dialami individu dapat untuk menyelaraskan kehidupan kerja dan kehidupan keluarga, telah menjadi bidang yang sesuai dalam beberapa studi. Namun demikian, dukungan sosial untuk subyek penelitian sebagian besar masih menemui kesulitan dalam konseptualisasinya. Pinneau (1975), yang juga mencoba untuk mendefinisikan dukungan sosial, membedakan tiga bentuk dukungan sosial: bantuan materi, evaluatif/bantuan informasi dan bantuan secara emosional.

Sumber-sumber dukungan yang paling menonjol berasal dari domain keluarga dan pekerjaan (Polasky & Holahan, 1998). Sumber-sumber yang berbeda yang telah didukung oleh banyak peneliti adalah dukungan supervisor, rekan kerja, dan teman-teman atau keluarga (misalnya, Caplan, Cobb, Perancis, Harrison, & Pinneau, 1975). Kategorisasi lebih lanjut dapat mencakup teman dan keluarga sebagai satu kategori. Sementara supervisor dan rekan kerja bentuk kategori yang lain. Suatu penelitian yang menganalisis dampak dari dukungan sosial menunjukkan bahwa dukungan sosial akan meningkatkan kesehatan dan kebahagiaan (Beehr & McGrath, 1992; Cohen & Wills, 1985; Vaux, 1988). Meskipun tidak ada satu

definisi yang bisa diterima mengenai dukungan sosial dalam teori stress kerja, terdapat konsensus yang berkembang bahwa dukungan sosial dapat berasal dari tempat kerja maupun dari keluarga dan bahwa dukungan ini terutama dalam bentuk dukungan emosional (misalnya: mendengarkan dan memberi empati), atau dukungan instrumental (misal: memberi bantuan dalam pemecahan masalah).

Meskipun dukungan sosial dari rekan kerja mungkin membantu menangani stress kerja dibanding dukungan dari pihak di luar pekerjaan (Beehr, 1995), dukungan dari keluarga juga tampak memainkan peranan (Kahn & Byosiore, 1991; LaRocco, House & French, 1980). Yang paling menonjol dari dukungan sosial di luar pekerjaan adalah dukungan dari anggota keluarga.

Kesejahteraan/*Well-being*

Beberapa studi menemukan hubungan negatif antara konflik pekerjaan-keluarga dengan kesejahteraan dan kebahagiaan secara fisik dan afektif (Frone, Russel & Cooper, 1997; Allen, et al, 2000). Jika memiliki sebuah keluarga yang suportif, memiliki atasan yang suportif, rekan kerja yang suportif, dan menggunakan penanganan yang berfokus masalah, serta menjalankan aktivitas keagamaan yang kuat, terutama doa untuk menghadapi konflik pekerjaan-keluarga dan semacamnya yang berhubungan dengan kebahagiaan dan kesejahteraan, maka faktor-faktor *coping* strategi dan dukungan sosial sebagai metode untuk penghindarannya menjadi potensi yang mungkin berhubungan dengan kondisi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pleck (1985) mengatakan bahwa dalam beberapa risetnya menemukan pengaruh negatif antara konflik pekerjaan-keluarga dengan kepuasan keluarga. Demikian juga, beberapa penelitian menemukan hal yang sama yaitu bahwa ada pengaruh negatif antara konflik pekerjaan-keluarga dengan kepuasan kerja (Jones & Butler, 1980; Staines & Peck, 1984).

Dalam studi lain yang dilakukan oleh Bartolome dan Evan (1980) menemukan bahwa level konflik pekerjaan-keluarga yang meningkat seharusnya berhubungan level kepuasan kerja yang semakin rendah. Konflik pekerjaan-keluarga dianggap sebagai faktor penyebab kepuasan kerja, absensi, dan motivasi meskipun data empiris yang tersedia masih sedikit (Abbot et al, 1998). Noor, N.M. (2004) dalam studinya pada para pegawai di Malaysia menemukan bahwa kesejahteraan mereka yang diukur dari kepuasan kerja dan kondisi kesehatan secara umum berpengaruh positif dengan kinerja mereka.

Kinerja

Kinerja (*performance*) seringkali diartikan dengan pencapaian tugas, dimana istilah tugas sendiri berasal dari pemikiran aktivitas yang dibutuhkan oleh pekerja (Lindholm, 2000). Kinerja mencakup segi usaha, loyalitas, potensi, kepemimpinan, dan moral kerja. Secara khusus profesiensi dilihat dari tiga segi, yaitu: perilaku-perilaku yang ditunjukkan seseorang dalam bekerja, hasil nyata atau outcomes yang dicapai pekerja, dan penilaian-penilaian pada faktor-faktor seperti: dorongan, loyalitas, inisiatif, potensi kepemimpinan, dan moral kerja.

Williams & Anderson (1991) serta MacKenzie (1999) mengartikan kinerja sebagai suatu gabungan dari *in-role performance* dan *extra-role performance*. *In-role performance* adalah ukuran kinerja yang terkait langsung dengan pekerjaan seseorang, seperti seberapa baik karyawan melakukan pekerjaan sesuai deskripsi kerja dan hasil yang dia capai. Sedangkan *extra-role performance* diartikan dengan ukuran perilaku kerja yang bukan bagian deskripsi kerja, tidak terkait dengan penggajian, tapi membuat fungsi organisasi menjadi lebih efektif.

Hal ini sesuai dengan *social resources theory* (Lindholm, 2000) yang menyebutkan bahwa dalam suatu relasi sosial terdapat sumber daya yang dapat diakses dan digunakan oleh seseorang. Posisi seseorang dalam struktur interaksi akan memudahkan dia memperoleh sumber daya yang diperlukan, yang memungkinkan dia bekerja dengan lebih baik. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa, setiap orang memiliki keterbatasan, sehingga dia akan membutuhkan dukungan, informasi, bahkan sumber daya dari rekan kerja untuk menunjang pekerjaannya. Jika seorang karyawan memiliki interaksi yang baik dengan rekan kerja akan memiliki posisi dalam hirarki yang memungkinkan dia berhubungan dengan banyak orang, *network ties* yang dimilikinya dapat memberikan akses pada informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung kinerjanya.

Sementara di sisi lain bagi wanita dalam keluarga dua karir, mereka akan lebih dimungkinkan memasukkan peran keluarga di pekerjaan dikarenakan sifat wanita yang mudah terkena gangguan dari tuntutan

keluarga. Jadi ketika ada konflik dalam keluarga mereka akan dengan mudah mencampuradukkan dengan pekerjaan sehingga akan mempertinggi konflik pekerjaan-keluarga. Dalam dekade sepuluh tahun terakhir ini banyak studi yang berfokus pada pekerjaan yang memiliki peran dan beban berlebih (*role overload*), karena tuntutan pekerjaan yang semakin tinggi, sehingga jenis konflik ini merupakan faktor yang mempengaruhi stress kerja yang berdampak pada munculnya konflik pekerjaan-keluarga (Muhonen, 2006). Konflik pekerjaan-keluarga, sebagai respon terhadap perubahan paradigma dengan banyaknya pasangan yang bekerja (*dual-career couples*) sangat rentan terhadap faktor-faktor stress seperti yang dikemukakan Muhonen.

Studi lain (Yip, 2008; Greenhaus & Beutell, 1985; Ahmad, 2010) yang juga meneliti *role overload* sebagai karakteristik dari domain pekerjaan ditemukan juga berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga. *Role overload* terjadi ketika tuntutan terhadap waktu dan energy terlalu besar bagi seseorang untuk melakukan peran yang memadai dan nyaman tidak dapat dicapai. Seseorang yang menerima beban tugas pekerjaan terlalu berat dan merasa bahwa beban kerja mereka lebih besar dari yang dapat mereka tangani, akan mengalami konflik pekerjaan-keluarga yang lebih tinggi.

Pengembangan Hipotesis

Hubungan *Role Overload*/Beban Peran Berlebih terhadap Konflik pekerjaan-keluarga, kinerja *in-role*, dan *extra-role*
Sejumlah insiden dilaporkan oleh responden dalam beberapa penelitian adalah

berhubungan dengan beban kerja. Beban yang terlalu berat/berlebih (*overload*) adalah sebuah komponen utama dari konflik pekerjaan-keluarga, yang muncul ketika tuntutan total terhadap waktu dan tenaga yang berhubungan dengan peran pekerjaan dan keluarga yang ditentukan terlalu besar untuk melakukan perannya secara memadai (Greenhaus dan Beutell, 1985; Fu & Shaffer, 2000; Boyar, et al., 2003). Salah satu cara untuk mengatasi peran yang berlebih adalah dengan mengalokasikan lebih banyak waktu untuk beraktivitas yang berhubungan dengan pekerjaan ketika konflik pekerjaan tinggi, atau lebih banyak waktu untuk aktivitas yang berhubungan dengan keluarga ketika konflik keluarganya yang tinggi. Strategi penanganan ini akan sulit dilaksanakan ketika tuntutan pekerjaan dan keluarga tinggi secara bersamaan (Higgins dkk, 1992).

Banyak pekerjaan yang harus dicapai, seperti membuat laporan atau mencari informasi untuk membuat keputusan, yang dilakukan dengan tenggang waktu pendek dan tekanan waktu tinggi. Tempo ini dianggap sangat tinggi, karena para karyawan harus terus menerus memecahkan masalah dan membuat keputusan pada waktu singkat. Tema lain yang muncul di sini adalah jumlah pekerjaan yang harus dilakukan. Beberapa karyawan dan manajer, terutama perempuan, banyak mengeluh bahwa setiap pertemuan atau setiap hari tidak memungkinkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang terus bertambah, karena untuk mengerjakan rutinitas saja bagi mereka sudah merupakan beban tersendiri, apalagi bagi seorang manager yang harus memberi motivasi bawahan untuk selalu

memberikan kinerja yang prima bagi organisasi. Karena beban kerja mereka yang berat, tingkat lembur meningkat, beberapa melaporkan jumlah yang sangat tinggi dari lembur setiap minggu. Kondisi ini akan berdampak disamping pada pencapaian kinerja yang menjadi tanggung jawabnya (*in-role*), juga tidak memiliki waktu dan kesempatan untuk dapat membantu rekan kerja dalam timnya, sehingga menjadi tidak optimum (MacKenzie, et al; 1998). Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1a: Role Overload akan berpengaruh terhadap Konflik pekerjaan-keluarga

Hipotesis 1b: Role Overload akan berpengaruh terhadap Kinerja in-role

Hipotesis 1c: Role Overload akan berpengaruh terhadap Kinerja extra-role

Hubungan Family Involvement/ Keterlibatan Keluargaterhadap Konflik pekerjaan-keluarga

Karakteristik keluarga seperti jumlah, umur, dan tanggung jawab terhadap anak dapat menuntut waktu yang lebih banyak pada individu yang bekerja (Greenhaus dan Beutell, 1985). Dalam studi Higgins dkk (1992), hanya orang tua dengan anak-anak yang hidup di rumah yang masuk dalam partisipan. Dalam sebuah studi konflik pekerjaan-keluarga bagi enterpreneur wanita di Singapura, status perkawinan, jumlah anak, dan jumlah jam kerja secara signifikan tidak berhubungan dengan konflik pekerjaan-keluarga. Hasil ini mungkin merupakan sebuah temuan yang unik, dimana sebagai pemilik bisnis kecil, kemandirian/otonomi dan kontrol kepemilikan bisnis sangat memungkinkan untuk menyusun jadwal kerja lebih fleksibel, sehingga dapat mengakomodasi

banyak dimensi dari tugas-tugas yang akan mempengaruhi konflik pekerjaan-keluarga. Penelitian yang membandingkan wanita dalam karir tradisional vs karir maskulin mengungkapkan bahwa peristiwa stres yang terjadi di rumah diprediksi jauh lebih mengalami kesulitan secara emosional diantara para wanita dibanding pria (Gerdes, 1995). Hal ini dapat dijelaskan karena wanita lebih sulit untuk bersaing dengan pria karena pria masih banyak yang berperan dalam karir tradisional, yang lebih fokus pada pekerjaan, sementara wanita memiliki dua peran dengan menambah masuk perannya dalam sektor publik.

Terkait dengan cara menghadapi konflik pekerjaan-keluarga salah satunya adalah dukungan sosial, sebagai gambaran yang kompleks. Disatu sisi, wanita ditemukan lebih menghargai dan memanfaatkan jaringan dukungan sosial dari keluarga dan teman-temannya (Pines & Zaidman, 2003). Temuan ini dapat dijelaskan berdasarkan teori psikoanalisis feminis bahwa dalam masa kanak-kanak yang dialami wanita menghasilkan dalam diri wanita menjadi “diri-sendiri dalam suatu hubungan”. Berdasarkan teori ini dan studi empiris, tampaknya masuk akal untuk mengharapkan bahwa pria akan memiliki dukungan dari rekan kerja yang lebih tinggi dibanding wanita, sementara para wanita dilaporkan memiliki dukungan yang lebih tinggi dari anggota keluarga.

Ketika individu mengalami tekanan waktu yang bersamaan dari domain pekerjaan dan keluarga, individu tersebut mungkin akan mencari dukungan dari pembuat peran pada salah satu atau kedua domain (Greenhaus dan Parasuraman, 1994). Jika dukungan tidak cukup untuk memodifikasi tuntutan waktu, pada akhirnya baik pekerjaan yang

akan mengganggu keluarga atau keluarga akan mengganggu pekerjaan terjadi, tergantung pada tuntutan mana yang lebih tinggi. Persepsi tentang dukungan pasangan mungkin didasarkan pada jumlah relatif dari dukungan yang tersedia dan diterima oleh pemberi dan penerima, atau pada persepsi dari tuntutan peran relatif dan absolut serta tanggungjawab pasangan. Pekerjaan dan keluarga yang sehat yang keduanya dikelola dengan baik berdasar pada komitmen untuk sebuah pembagian yang ideal, keduanya akan berjalan dengan baik ketika anggota mereka menawarkan dukungan bersama satu sama lain. Dengan demikian, jika salah satu pasangan tidak mendukung yang lain dalam hal melengkapi kekurangan di domain yang lain, maka alokasi peran dan waktu akan menuju ke arah konflik. Lebih jauh Ward juga mengatakan bahwa proses penyelesaian masalah harus dimulai dari rumah, dengan cara bagaimana keluarga akan melakukannya.

Perilaku suportif dari anggota keluarga dapat membantu mengurangi konflik pekerjaan-keluarga yang dialami oleh para karyawan. Dukungan dapat berupa sikap, emosi, maupun dukungan penolong/instrument (Adams, et al. 1996). Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 2: Keterlibatan keluarga akan berpengaruh terhadap Konflik pekerjaan-keluarga

Hubungan Religios Coping, Konflik pekerjaan-keluarga, Kesejahteraan, dan Kinerja in-role

Pengaruh positif dari agama secara substansial ditemukan dapat mengatasi

kesulitan/masalah. Kegiatan keagamaan terutama do'a biasanya dianggap sebagai cara mengatasi masalah dan pertumbuhan pribadi (Folkman, et al, 1986). Idler (1987) menemukan bahwa depresi akan berkurang ketika seseorang berdo'a, baik secara individu maupun berdo'a bersama. Do'a memungkinkan seseorang dalam menghadapi masa depan dengan optimis, memiliki kontrol yang lebih baik, lebih percaya diri, harga diri, dan merasa memiliki tujuan (Dull & Skolan, 1995). Penanganan dengan agama adalah prediktor yang signifikan terhadap suatu masalah, termasuk konflik pekerjaan-keluarga.

Konflik akan rendah bagi mereka yang memiliki tingkat religiositas yang tinggi, sehingga kepuasan kerja akan tinggi. Kebanyakan studi tentang penanganan dengan agama dilakukan pada negara-negara yang dominan pemeluk agama kristen, dan masih terbatas riset semacam ini yang dilakukan di negara yang dominan beragama islam. Makna agama mungkin berbeda antara kedua agama. Kristen membuat perbedaan antara gereja dan negara, sementara islam menekankan agama sebagai jalan hidup.

Menurut Rahman (1995), islam merupakan dua unsur dasar, yaitu keyakinan dan praktik, dimana keduanya harus diintegrasikan untuk mencapai kesuksesan, sekaligus menanggulangi suatu masalah. Agama akan dipakai untuk meminta pertolongan ketika menghadapi masalah dalam hidup mereka. Oleh karena itu, ketika menghadapi konflik dalam kehidupan, salah satu mengatasinya dengan mencari bantuan pada Tuhannya. Tingkat strategi religios coping yang tinggi juga akan menciptakan kinerja yang tinggi,

karena mereka merasa bahwa kerja adalah ibadah. Noor dan Hussein (2006) dalam studinya yang dilakukan pada obyek para perawat di rumah sakit pemerintah di Malaysia juga menemukan bahwa religius coping berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga, kesejahteraan, dan kinerja pegawai. Walaupun peran religius coping masih kurang mendapat perhatian dalam penelitian khususnya dalam konteks konflik pekerjaan-keluarga secara mendalam. Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 3a: Religios Coping berpengaruh terhadap Konflik pekerjaan-keluarga

Hipotesis 3b: Religios Coping berpengaruh terhadap Kinerja In-Role

Hipotesis 3c: Religios Coping berpengaruh terhadap Kesejahteraan

Hubungan Problem Fokus Coping terhadap Konflik pekerjaan-keluarga, Kesejahteraan, dan Kinerja In-role

Ketika para pegawai memiliki sedikit dukungan sosial atau tidak sama sekali atau bahkan menggunakan manfaat dari bahkan kebijakan yang ramah-keluarga, mereka mengandalkan diri sendiri untuk menyeimbangkan kerja dan keluarga. Orang yang cenderung menggunakan penanganan berfokus masalah ketika menghadapi kesulitan hidup mungkin lebih mudah menghindari konflik pekerjaan-keluarga. Folkman, et al. (1986) menggambarkan penanganan berfokus masalah sebagai sebuah pertahanan melawan lingkungan penyebab stres yang umumnya mengarah pada pendefinisian masalah, mencari solusi alternatif, menitik beratkan alternatif solusi

dalam hal solusi biaya solusi dan manfaat, memilih diantaranya, dan bertindak. Penanganan berfokus masalah telah menunjukkan sebagai cara yang efektif dalam mengelola masalah pekerjaan-keluarga (Rotondo, Carlson & Kincaid, 2002). Dengan mengambil langkah-langkah penting yang efisien dalam memenuhi tanggung jawab di rumah dan pekerjaan, para pegawai akan memiliki banyak waktu terlibat dalam kedua peran dan tidak kehabisan energi dengan secara efektif menghadapi tantangan dalam kedua peran. Dengan demikian, penanganan berfokus masalah secara teoritis membantu menghindari konflik pekerjaan-keluarga, walaupun temuan yang berbeda ditunjukkan dalam studi yang dilakukan Lapierre & Allen (2006) yang tidak menemukan adanya pengaruh penanganan berfokus masalah terhadap konflik pekerjaan-keluarga.

Argumen lain yang dikemukakan oleh Hobfoll (1989) bahwa pegawai biasanya termotivasi untuk menginvestasikan beberapa sumber daya dalam usahanya untuk mencapai peningkatan dalam usahanya untuk sumber daya. Dengan menggunakan gaya penanganan berfokus masalah, para pegawai menginvestasikan waktu dan energi mereka dalam merencanakan dan menghadapi tantangan dalam pekerjaan dan keluarga mereka untuk lebih mudah memenuhi tuntutan peran. Temuan lain dalam studi ini juga menunjukkan adanya pengaruh penanganan berfokus masalah terhadap kinerja pegawai.

Studi lain yang dilakukan Beehr, Johnson, & Nivea (1995) menemukan bahwa salah satu strategi penanggulangan masalah dengan cara penanganan berfokus masalah

akan meningkatkan kesejahteraan mereka, dalam bentuk kepuasan kerja dan kesehatan semakin baik. Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 4a: Problem fokus coping akan berpengaruh terhadap Konflik pekerjaan-keluarga

Hipotesis 4b: Problem fokus coping akan berpengaruh terhadap Kesejahteraan

Hipotesis 4c: Problem fokus coping akan berpengaruh terhadap Kinerja in-role

Hubungan Dukungan Atasan terhadap Konflik pekerjaan-keluarga, Kesejahteraan, dan Kinerja In-role

Suatu kemungkinan strategi untuk mengatasi konflik khususnya konflik pekerjaan-keluarga adalah dukungan sosial, suatu jenis dukungan informal. Sumber dukungan yang paling penting berasal dari dukungan keluarga dan domain pekerjaan (Polasky & Holahan, 1998). Sumber perbedaan yang telah diberikan dari bermacam-macam peneliti adalah atasan, rekan kerja, teman dan keluarga (Caplan Cobb, French, Harrison, & Pinneu, 1975). Pada pengkategorian dukungan dapat secara langsung dari teman dan keluarga sebagai satu kategori yang bersumber dari domain keluarga, sedangkan atasan dan rekan kerja masuk kategori yang lain yang bersumber dari domain pekerjaan.

Suatu studi yang dilakukan Ward (1987) menemukan bahwa perawatan anak dan perhatian terhadap keluarga yang didukung atasan akan dapat membantu meringankan beban pekerjaan berdasarkan proses spillover dengan berdampak pada: (1) secara langsung memungkinkan

pekerja untuk melakukan tanggungjawab terhadap keluarga, (2) mempengaruhi kehidupan keluarga secara tak langsung melalui kepuasan tambahan para pekerja dari tempat kerja yang responsif terhadap kebutuhan pribadi mereka, sebagai wujud dari kesejahteraan mereka (Lambert, 1990). Meskipun demikian, ada temuan yang berbeda yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1992) dan Buckley & Korrane (2004) yang tidak menemukan adanya pengaruh dukungan atasan terhadap kesejahteraan pegawai.

Di sisi lain, dukungan atasan yang diperoleh dari tempat kerja akan dapat meningkatkan tercapainya kinerja pegawai, sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya serta target yang dibebankan kepadanya (Skattebo & Butler, 2004). Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 5a: Dukungan atasan akan berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga

Hipotesis 5b: Dukungan atasan akan berpengaruh terhadap Kesejahteraan

Hipotesis 5c: Dukungan atasan akan berpengaruh terhadap Kinerja in-role

Hubungan Konflik pekerjaan-keluarga terhadap Kesejahteraan, Kinerja in role, dan Kinerja extra-role

Sejumlah penelitian mendokumentasikan hubungan antara konflik pekerjaan-keluarga dengan kelelahan (Burke, 1994; Burke & Greenglass, 2001; Kossek & Ozeki, 1999). Studi juga mendokumentasikan bahwa ada kecenderungan wanita mengalami konflik ini relatif lebih tinggi dibanding pria (Neal & Hammer, 2006; Etzion & Bailyn, 1994).

Dampak dari konflik-konflik tersebut jelas akan berpengaruh terhadap kinerja mereka. Robbins (2009) menyatakan bahwa karyawan cenderung lebih menyukai pekerjaan-pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk menggunakan ketrampilan dan kemampuannya, serta menawarkan beragam tugas, kebebasan dan umpan balik mengenai pekerjaan yang secara mental menantang. Pekerjaan yang tidak menantang menciptakan kebosanan, tetapi pekerjaan yang sangat menantang juga akan menciptakan frustrasi dan perasaan gagal.

Pegawai yang mengalami konflik ini cenderung mempunyai tingkat kemangkiran/ketidakhadiran yang tinggi, kepuasan kerja dan motivasi yang rendah dan tidak jarang pula yang keluar dari organisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Gibson et al. (1997) yang mengatakan bahwa konflik dalam pekerjaan menjadi penyebab terjadinya konflik keluarga. Pegawai yang tidak dapat menyelesaikan konflik ini seringkali terpaksa meninggalkan organisasi atau bekerja pada tingkat yang tidak efektif. Pada kasus lain, individu dan organisasi bahkan tidak terurus karena konflik antara pekerjaan dan keluarga tidak terselesaikan. Tentu saja hal ini akan berdampak pada tingkat kinerjanya. Beberapa studi telah menunjukkan dampak negatif dari konflik pekerjaan-keluarga. Munculnya konflik pekerjaan-keluarga telah berpengaruh pada berkurangnya kepuasan kerja pegawai dan kinerja.

Di antara efek lain dari munculnya konflik pekerjaan-keluarga, risiko kesehatan juga tidak kalah pentingnya, apalagi bagi orangtua yang bekerja, menurunkan

kinerja dalam peran sebagai orang tua, menurunkan produktivitas di tempat kerja, kepuasan hidup kurang, kecemasan, stres kerja dan mengurangi kepuasan pasangan dalam perkawinan (Kelly & Voydanoff, 1985; Greenhauss & Beutell, 1985; Pleck, 1985; Voydanoff, 1987). Peran ganda jugaberhubungan dengan tuntutan peran, tekanan psikologis, dan keluhan somatik (Cooke & Rousseau, 1984; Frone, Russell & Cooper, 1991, 1992a; Menaghan & Parcel, 1990). Konflik pekerjaan-keluarga juga telah dikaitkan dengan tekanan psikologis (Frone, Barnes & Farrell, 1994; Hughes & Galinsky, 1994; Klitzman, House, Israel & Mero, 1990; Macewen & Barling, 1994; Parasuraman, Greenhause & Granrose, 1992).

Burke (1998) menguji model di mana konflik pekerjaan-keluarga menyebabkan gejala psikosomatik dan menyatakan perasaan negatif. Dalam studi lain, Frone (2000) menemukan bahwa pegawai yang mengalami konflik pekerjaan-keluarga lebih mungkin mengalami masalah kesehatan mental dibandingkan dengan mereka yang tidak mengalami konflik ini. Greenglass (1991) menemukan bahwa interferensi antara kehidupan pekerjaan dan keluarga terkait dengan depresi, iritasi dan kecemasan bagi manajer perempuan yang menikah. Atkinson, Liem & Liem (1986) dan Dew, Bromet & Shulberg (1987) menemukan bahwa konflik pekerjaan mempengaruhi kesejahteraan juga fungsi pegawai tersebut dalam hubungannya sebagai pasangan dan/atau orangtua. Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 6a: Konflik pekerjaan-keluarga akan berpengaruh terhadap Kesejahteraan pegawai

Hipotesis 6b: Konflik pekerjaan-keluarga akan berpengaruh terhadap Kinerja in-role

Hipotesis 6c: Konflik pekerjaan-keluarga akan berpengaruh terhadap Kinerja extra-role

Hubungan Kinerja In-role terhadap Kesejahteraan

Seorang pegawai yang telah mencapai kinerja yang dicerminkan dari tercapainya tugas dan tanggung jawabnya, akan dapat menemukan kepuasan kerjanya, sebagai wujud dari kesejahteraan pegawai (MacKenzie, et al., 1993; Podsakoff, et al., 1997). Namun, berlawanan dengan studi yang lain, temuan ini mungkin yang paling mengejutkan bahwa kinerja *in-role* tidak signifikan berkaitan dengan kesejahteraan (Brown & Peterson, 1993). Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 7: Kinerja In-Role berpengaruh terhadap Kesejahteraan pegawai

Hubungan Kesejahteraan terhadap Kinerja Extra-role

Kesejahteraan merupakan gabungan dari kepuasan kerja dan kondisi sehat yang dirasakan seseorang sebagai suatu reaksi emosional yang kompleks, yang merupakan akibat dari dorongan keinginan, tuntutan, dan harapan-harapan yang dirasakan karyawan, sehingga menimbulkan rasa senang, puas ataupun tidak puas. Karyawan yang tidak memperoleh kesejahteraan kerja tidak akan pernah mencapai kematangan psikologis dan pada gilirannya akan menjadi

frustrasi. Karyawan seperti ini akan sering melamun, mempunyai semangat kerja yang rendah, cepat lelah dan bosan, emosi kurang stabil, sering absen, melakukan kesibukan yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan/tanggung jawab yang harus dilakukannya. Sedangkan karyawan yang mendapatkan kesejahteraan kerja biasanya akan mempunyai catatan kehadiran dan perputaran yang lebih baik, kurang aktif dalam kegiatan serikat karyawan, dan kadang-kadang berprestasi lebih baik daripada karyawan yang tidak memperoleh kesejahteraan kerja. Oleh karena itu, kesejahteraan kerja memiliki arti penting bagi karyawan maupun perusahaan/ organisasi karena dapat menciptakan kondisi positif dalam lingkungan kerja yang dapat mendorong para karyawan untuk mencapai kinerja yang optimal. Kinerja optimal adalah kinerja yang dapat mencerminkan tercapainya tugas dan tanggung jawab karyawan, sebagai wujud kinerja *in-role*, dan juga terciptanya kinerja ekstra/*extra-role*.

Perkembangan terakhir menunjukkan bahwa pemahaman saat ini anteseden dan konsekuensi dari kinerja harus diubah untuk memperhitungkan perbedaan antara peran/tugas utama dan kinerja ekstra/*extra-role performance*. Fokus baru pada kinerja ekstra adalah merupakan perkembangan penting karena beberapa alasan: (1) kinerja ekstra telah ditunjukkan dapat mempengaruhi evaluasi kinerja karyawan (MacKenzie, et al., 1993); (2) kinerja ekstra telah ditemukan berpengaruh terhadap keefektifan organisasi secara keseluruhan dan/atau keberhasilannya (Podsakoff, et al., 1997); (3) yang paling penting adalah bahwa kinerja ekstra memiliki hubungan

yang berbeda secara fundamental dengan kinerja *in-role* dalam hal sikap kerja, persepsi peran, dan perputaran tenaga kerja (Organ, 1990). Seorang pegawai akan bersedia melakukan kinerja ekstra bila merasa puas dari apa yang dia dapatkan dari organisasi. Dari keterhubungan diatas maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 8: Kesejahteraan akan berpengaruh terhadap Kinerja extra-role

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian kali ini adalah karyawan/wati tetap bank pemerintah yang berada di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Jogjakarta. Bank pemerintah dimaksud adalah Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI, Bank BTN, dan Bank BPD Jateng dan Daerah Istimewa Jogjakarta. Jumlah pegawai pada masing-masing bank disajikan pada tabel 3 (Lampiran).

Adapun teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu sampel yang diambil dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah bahwa:

1. Responden harus sudah menikah
2. Mempunyai anak
3. Sebagai pasangan dual-karir/memiliki pasangan yang juga bekerja

Pertimbangan kriteria ini dipilih dengan alasan bahwa mereka akan lebih besar tanggung jawabnya sehingga cenderung tingkat konfliknya juga tinggi. Sampel yang memenuhi kriteria ini tidak diketahui jumlahnya, sehingga tidak dapat dihitung, maka ukuran sampel ditetapkan sesuai

ketentuan penggunaan alat analisis AMOS yaitu sebanyak 200-400 responden (Hair, et al., 2006). Metode survey digunakan untuk memperoleh data primer melalui kuesioner yang diberikan secara langsung dengan meminta ijin melalui bagian personalia pada bank-bank yang berada di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Jogjakarta, untuk diteruskan kepada para pegawai sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu suami istri yang bekerja dan telah mempunyai anak. Pengisian data kuesioner tidak mengarahkan tingkatan/level pekerjaan (baik manajerial maupun non manajerial).

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Pengukuran variabel dan indikator penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Beban Kerja Berlebih (*Role Overload*) yang diukur dengan 4 item pernyataan yang dikembangkan oleh Milbourn (2006), Dukungan Keluarga (*Family Support*) yang diukur dengan menggunakan 4 item pernyataan yang dikembangkan oleh Baruch, et al (2002), Keterlibatan Keluarga (*Parental Involvement*) diukur dengan 8 item pernyataan yang dikembangkan oleh Frone, et al. (1994), *Religios Coping* diukur dengan menggunakan 9 item pernyataan yang dikembangkan oleh Hussin, R. & Noor, N.M (2006), *Problem Focused Coping* diukur dengan menggunakan 5 item pernyataan yang dikembangkan oleh Joseph, et al. (1992), Dukungan Atasan (*Supervisor Support*) diukur dengan menggunakan 8 item pernyataan yang dikembangkan oleh Eisenberger, et al (1986), Konflik Pekerjaan-Keluarga Berdasarkan Waktu (*Time-Based Work-Family Conflict*) diukur dengan menggunakan 4 item pernyataan

yang dikembangkan oleh Pleck (1979), Bohlen & Viveros-long (1981), serta Duxburry & Higgins (1992).

Konflik Pekerjaan- Keluarga Berdasarkan Perilaku (*Behavior-Based Work-Family Conflict*) diukur dengan menggunakan 5 item pernyataan yang dikembangkan oleh Pleck (1979), Bohlen & Viveros-long (1981), serta Duxburry & Higgins (1992), Kesejahteraan diukur dari 2 faktor yaitu Kepuasan Kerja (*Job Satisfaction*) yang diukur dengan menggunakan 5 item pernyataan yang dikembangkan oleh Lindholm (2000) dan Kondisi Sehat (*General Health*) diukur dengan menggunakan 8 item pernyataan yang dikembangkan oleh Noor, N.M (2004), Kinerja Pegawai diukur dari 2 dimensi yaitu Kinerja *In-role* (*In-Role Performance*) diukur dengan menggunakan 7 item pernyataan yang dikembangkan oleh William & Anderson (1991) dan Kinerja *Extra-role* (*Extra-Role Performance*) diukur dengan menggunakan 4 item pernyataan yang dikembangkan oleh MacKenzie et al. (1999).

Penelitian ini menggunakan pengukuran struktur langsung dengan pertanyaan tertutup. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Responden diminta mengevaluasi obyek dalam skala 10 tingkat dimana setiap tingkat diberi bobot nilai bilangan (*numerical value*) dalam setiap obyek pertanyaan (Ghozali, 2004). Teknik tersebut dianggap lebih sederhana dan memudahkan pencatatan manajemen dan diakui sebagai alat penelitian yang reliabel dan dapat membedakan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden dan Data Penelitian

Sejumlah 350 buah kuesioner yang dibagikan, dapat diterima kembali oleh peneliti sebanyak 311 buah, sehingga *response rate* diperoleh sebesar 88%. Hal ini menunjukkan respon yang cukup baik, mengingat dalam penelitian independen pada umumnya *response rate* berkisar 20%-25%. Berdasarkan hal ini, maka peneliti merasa telah berhasil mengumpulkan kuesioner yang diharapkan. Dari kuesioner yang kembali, sejumlah 79 kuesioner tidak dapat diikuti dalam analisis karena tidak terisi dengan lengkap, sehingga hanya 232 kuesioner yang dapat dianalisis lebih lanjut.

Responden yang didapat dari 6 bank pemerintah hampir merata yang dijadikan sasaran studi ini, yaitu yang berasal dari bank BPD sebanyak 55 orang (24%), yang berasal dari bank sebanyak Mandiri sebanyak 54 orang (23%), yang berasal dari bank BRI sebanyak 52 orang (23%), yang berasal dari bank BNI sebanyak 40 orang (13%), dan yang berasal dari bank BTN sebanyak 31 orang (17%).

Data demografis 232 responden yang diolah menunjukkan bahwa lebih banyak responden wanita dibanding pria, yaitu 135 orang wanita (59%) sedangkan pria berjumlah 97 (41%). Mayoritas responden masih dalam usia produktif baik dalam bekerja maupun keluarga, yang masih selalu berusaha untuk mencapai kinerja yang baik. Orang yang selalu berusaha untuk berkinerja baik akan melakukan apapun untuk menunjang kinerjanya, termasuk dapat menjaga keseimbangan

akan kebutuhan dalam keluarganya. Kondisi responden yang semacam ini tepat untuk penelitian tentang konflik pekerjaan-keluarga. Disamping itu, responden didominasi oleh para *officer* yaitu sebanyak 144 orang (62%), dan hanya sebanyak 88 orang (38%) yang *non-officer*. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden memiliki beban yang lebih berat karena dengan tanggung jawab yang lebih besar, dengan mereka yang terlibat sebagai responden adalah kebanyakan sebagai *officer*.

Dengan rata-rata jam kerja responden 11 jam sehari atau setara dengan 55 jam dalam seminggu, ditambah lagi mungkin akan lebih lama jam kerjanya ketika beberapa bank telah membuka layanan *week-end banking*, dan memiliki anak yang berusia rata-rata 9 tahun, serta pasangan yang juga bekerja, maka untuk mencapai keseimbangan dalam pekerjaan-keluarga nampaknya tidak mudah untuk dilakukan, sehingga kondisi ini menjadi cocok untuk penelitian tentang konflik pekerjaan-keluarga. Adapun data demografis responden disajikan pada tabel 4 (Lampiran).

Hasil Uji Model Pengukuran

Pengujian model pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis/CFA*). Analisis faktor konfirmatori dilakukan guna mengetahui unidimensionalitas dari indikator-indikator yang menjelaskan sebuah faktor atau variabel bentukan. Analisis faktor konfirmatori ini dilakukan pada variabel eksogen maupun variabel endogen dalam penelitian.

Analisis Faktor Konfirmatori Antar Variabel Eksogen

Konstruk variabel eksogen dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel, yaitu: *role overload*, keterlibatan keluarga, *religios coping*, *problem fokus coping*, dan dukungan atasan. Adapun indikator-indikator pengukuran untuk masing-masing variabel adalah: *role overload* diukur dengan 4 item pernyataan, keterlibatan keluarga sebagai wujud pengurangan antara dukungan keluarga yang diukur dengan 4 item pernyataan dengan tekanan keluarga yang diukur dengan 8 item pernyataan, *religios coping* diukur dengan 9 item pernyataan, dan *problem fokus coping* diukur dengan 5 item pernyataan, serta dukungan atasan diukur dengan 8 item pernyataan.

Hasil analisis konfirmatori berupa nilai faktor *loading* dari masing-masing indikator konstruk variabel mengacu pada nilai yang disarankan Hair, et al. (2006) bahwa nilai paling rendah 0,5, dan idealnya 0,7 atau lebih. Penelitian mengambil nilai tengah ketetapan Hair, et al. (2006) yaitu dengan mengambil nilai *loading* minimal 0,6. Hasil pengujian model fit ditunjukkan dengan nilai probabilitas = 0,002; CMIN/DF = 1,506; GFI = 0,939 ; AGFI = 0,905 ; CFI = 0,982 ; TLI = 0,977, adapun nilai *loading* untuk masing-masing variabel ditunjukkan pada tabel 5 (Lampiran). Adapun hasil analisis konfirmatori berupa nilai *loading* dari masing-masing menunjukkan bahwa tidak semua item pernyataan untuk setiap variabel dapat digunakan, karena tidak valid.

Analisis Faktor Konfirmatori Antar Variabel Endogen

Konstruk variabel endogen dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu:

konflik pekerjaan-keluarga, kesejahteraan, dan kinerja *in-role* dan kinerja *extra-role*. Adapun indikator-indikator pengukuran untuk masing-masing variabel adalah: konflik pekerjaan-keluarga diukur dengan 9 item pernyataan, kesejahteraan diukur dengan 13 item pernyataan, dan kinerja *in-role* diukur dengan 7 item pernyataan, serta kinerja *extra-role* diukur dengan 4 item pernyataan.

Hasil analisis konfirmatori berupa nilai faktor loading dari masing-masing indikator konstruk variabel mengacu pada nilai yang disarankan Hair et al (2006) bahwa nilai paling rendah 0,5, dan idealnya 0,7 atau lebih. Penelitian mengambil nilai tengah ketetapan Hair et al (2006) yaitu dengan mengambil nilai loading minimal 0,6. Hasil pengujian model fit ditunjukkan dengan nilai probabilitas = 0,000; CMIN/DF = 3,106; GFI = 0,841; AGFI = 0,785; CFI = 0,909; TLI = 0,890, adapun nilai loading untuk masing-masing variabel ditunjukkan pada tabel 6 (Lampiran). Hasil analisis konfirmatori berupa nilai loading dari masing-masing menunjukkan bahwa tidak semua item pernyataan untuk setiap variabel dapat digunakan, karena tidak valid.

Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Dalam studi ini peneliti menggunakan nilai loading minimum 0,6, maka kebutuhan alpha cronbach minimum yang dapat diterima adalah sebesar kuadrat alpha, yaitu 0,7 (Hair, et al., 2006). Adapun hasil uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel laten yaitu: *role overload* (0,89), *religios coping* (0,89), *problem focus coping* (0,87), dukungan atasan (0,92), dukungan keluarga (0,92), tuntutan

keluarga (0,92), konflik pekerjaan-keluarga (0,91), kesejahteraan (0,87), dan kinerja *in-role* (0,87), serta kinerja *extra-role* (0,84).

Hasil Uji Asumsi Model Struktural

Estimasi *maximum likelihood* dengan menggunakan model persamaan structural mensyaratkan beberapa asumsi yang harus dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah bahwa data memiliki distribusi normal dan bebas dari *outliers* (Hair, et al; 2006).

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan nilai *skewness* dan kurtosis dari indikator-indikator dalam variabel penelitian, yaitu untuk nilai *skewness* yang setara dengan *critical ratio* (CR) pada tingkat signifikansi 0,01 (1%) yaitu sebesar $\pm 2,58$. Kriteria ini memiliki makna bahwa jika nilai *critical ratio* yang dihasilkan dari setiap indikator dari variabel yang digunakan dalam hubungan struktural lebih kecil dari $\pm 2,58$ maka distribusi data berarti normal.

Hasil perhitungan normalitas *univariate* yang disajikan pada tabel 7 (Lampiran) menunjukkan bahwa nilai *skewness* pada kolom cr tidak ada yang lebih besar dari $\pm 2,58$, artinya terbukti bahwa data berdistribusi normal secara *univariate* pada tingkat 1%. Sedangkan untuk pengujian normalitas multivariate menghasilkan nilai cr sebesar 9,990, hal ini tidak memenuhi asumsi normalitas pada default program AMOS (Mardia, 1985) yaitu sebesar $\pm 2,58$. Namun demikian menurut Kline (2011) *multivariate* normalitas terjadi jika:

1. Semua individu secara *univariate* normal
2. *Bivariate* antar item normal

3. Semua bivariate bersifat linear dan distribusi dari residual memiliki variasi yang sama/homokedastisitas.

Secara praktis *multivariate* sangat sulit dicapai, karena seringkali tidak mudah untuk mencapai frekuensi distribusi secara keseluruhan. Dengan kata lain bahwa sangat sulit untuk dapat melakukan pengujian normalitas *multivariate*. Berdasarkan hal ini maka Kline mengatakan bahwa tidak ada alat yang dapat memastikan akurasi perhitungan normalitas *multivariate*, karena secara praktik sangat kompleks, terutama ketika sampel besar dalam analisisnya. Karena pengujian normalitas *univariate* dalam penelitian ini sudah terpenuhi, maka berdasarkan justifikasi yang diungkapkan Kline, maka nilai *multivariate* dapat diterima.

Uji Outliers

Outliers adalah observasi yang muncul yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda dengan observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi (Hair, et al, 2006).

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa tidak terdapat *univariate outliers*, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak terjadinya *univariate outliers* dapat dipenuhi. Evaluasi keberadaan *univariate outliers* ini ditunjukkan dengan besaran Z-score rentang ± 3 pada tingkat signifikansi 0,05 (default SPSS). Deteksi *multivariate outliers* dilakukan dengan membandingkan tabel *output* nilai *mahalanobis distance* pada tingkat signifikansi ($p < 0,001$), terhadap nilai *Chi-Square* (X^2) pada *degree of freedom* (df) sebesar jumlah estimasi. Ketika

hasil observasi menghasilkan data yang memiliki nilai *mahalanobis distance* $> X^2$, maka diidentifikasi sebagai *multivariate outliers*. Kriteria untuk uji *outliers* terhadap ke-31 estimasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai $X^2(31,0,001)$ adalah sebesar 73,40. Hasil uji menunjukkan nilai yang tertinggi adalah sebesar 68,48, hal ini mengindikasikan bahwa masih jauh dari ketentuan yang disyaratkan, sehingga dapat dikatakan bahwa data tidak ditemukan *outliers*, sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Full Model

Hasil pengujian model dengan melihat nilai-nilai *absolute fit* menunjukkan bahwa secara umum model memiliki *goodness of fit* yang baik, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan model yang ada. Nilai-nilai koefisien dari hasil pengujian atas persamaan struktural disajikan dalam gambar (Lampiran).

Adapun hasil dari nilai-nilai uji kesesuaian model (*goodness of fit*) tersebut seperti disajikan pada tabel 8. (Lampiran). Adapun nilai *absolute fit* menunjukkan hasil yang secara umum baik. Nilai GFI (*Good Of Fit Index*) sebesar 0,837 memenuhi kriteria penerimaan model karena mendekati nilai yang disarankan, yaitu sebesar 0,90. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian model dengan data. Nilai RMSEA (*The Root Mean Square Error Of Approximation*) sebesar 0,057 juga memenuhi kriteria penerimaan model karena lebih kecil dari batas yang disarankan yaitu kurang dari 0,08 (Arbuckle, et el; 2005).

Nilai-nilai *incremental fit* menunjukkan hasil yang secara umum baik. Ukuran

incremental fit yang memenuhi standar dipenuhi oleh AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Indices*) sebesar 0,802 sama dengan batas minimum 0,8 (Sharma, 1996), CFI (*Comparative Fit Index*) sebesar 0,938, dan TLI (*Truckler Lewis Index*) sebesar 0,930 yang lebih dari batas minimum 0,9 (Hair, et al, 2006). Sedangkan ukuran *parsimonious fit* yang ditunjukkan dari nilai CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function*) sebesar 1,756 juga memiliki nilai di bawah batas maksimum yang disyaratkan yaitu sebesar ≤ 2 (Hair, et al.; 2006), maka dapat dikatakan bahwa model memiliki unsur parsimoni.

Temuan Penelitian dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis tentang anteseden konflik pekerjaan-keluarga dan konsekuensinya terhadap kinerja pegawai dilakukan dengan melihat adanya *significant path* dalam model. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 18 hipotesis, ada 13 hipotesis yang didukung, dan 5 hipotesis yang tidak didukung. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 9 (Lampiran).

Temuan penelitian ini memberikan kejelasan bahwa kinerja *extra-role* dicapai oleh para pegawai yang sejahtera, dan kesejahteraan akan dapat diciptakan setelah terlebih dahulu mereka dapat menyelesaikan kinerja *in-role*-nya. Salah satu cara menghasilkan kinerja *in-role* dengan lebih cepat adalah ketika mereka menghadapi konflik yang diselesaikan dengan berfokus pada masalah yang dihadapinya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Konflik pekerjaan-keluarga.

Penelitian ini menemukan bahwa faktor-

faktor yang mempengaruhi konflik pekerjaan-keluarga adalah *role overload*, keterlibatan keluarga, dan *religios coping*. *Role overload* berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga, dengan arah positif. Hal ini mengandung arti bahwa semakin tinggi *role overload* akan semakin meningkatkan konflik pekerjaan-keluarga, demikian sebaliknya ketika *role overload* menurun maka konflik pekerjaan-keluarga juga akan menurun.

Studi ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fu & Shaffer (2000) dan Boyar, et al. (2003). Tingginya *role overload* dicerminkan dari adanya tuntutan terhadap kualitas pekerjaan bagi para pegawai yang dirasa sungguh sangat berat, tugas yang mereka terima terlalu sulit dan kompleks, serta adanya tuntutan dari organisasi yang melebihi kemampuannya dan juga tidak sesuai dengan fasilitas yang tersedia. Semakin tingginya tuntutan-tuntutan tersebut maka akan semakin meningkatkan konflik pekerjaan-keluarga, karena mereka akan semakin sulit menciptakan keseimbangan akan kebutuhan dan kepentingan pekerjaan dan keluarga.

Dalam pertanyaan terbuka mereka mengemukakan tentang hal-hal yang membuat beban menjadi *overload* diantaranya adalah target yang semakin tinggi, mereka sering harus melakukan pekerjaan yang bukan job deskripsinya dan tidak sesuai levelnya, bekerja dengan mengejar jam tayang, bahkan kadang-kadang harus melakukan tugas yang tidak penting di luar hari kerja. Disisi lain, beberapa harapan mereka untuk mengurangi beban yang berlebih diantaranya adalah dengan membagi pekerjaan dan mempererat

kerjasama dengan rekan kerja, penambahan SDM, merevisi target, mengaplikasi TI secara efektif, dll.

Temuan lain dalam studi ini adalah bahwa keterlibatan keluarga berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga, dengan arah negatif. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi keterlibatan keluarga akan semakin menurunkan konflik pekerjaan-keluarga. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh Adams, et al. (1996) dan Aini (2002). Keterlibatan keluarga ditunjukkan dari besarnya dukungan keluarga dibanding tuntutan/tekanannya. Bentuk dukungan yang berpengaruh terhadap penurunan konflik pekerjaan-keluarga ditunjukkan dari adanya bantuan dalam penciptaan perasaan yang lebih baik ketika seharian telah bekerja keras di kantor, keluarga juga ikut merasa bahagia ketika memiliki suatu kondisi baik pada pekerjaan, dan adanya kepedulian dari keluarga tentang apa saja yang dirasakan di pekerjaan. Hal-hal yang dapat meningkatkan keterlibatan keluarga dalam upaya menurunkan konflik pekerjaan-keluarga diantaranya adalah bersedia berbagi tentang masalah-masalah kantor, sangat memotivasi/mendukung pekerjaan, mau memahami jam kerja yang lama, bersedia berbagi tentang urusan rumah tangga, dll.

Hasil analisis juga menemukan bahwa ada pengaruh *religios coping* terhadap konflik pekerjaan-keluarga dengan arah positif. Hal ini memperlihatkan semakin tinggi tingkat *religiositas* seseorang akan semakin meningkatkan konflik pekerjaan-keluarga. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh Rahman (1995). Adapun bentuk-bentuk religius mereka dalam menghadapi

masalah adalah bahwa ketika melakukan suatu kesalahan maka mereka akan segera menyesalinya dan tidak akan membuat kesalahan yang sama, dengan beribadah atau berkomunikasi dengan Tuhan mereka merasa bahagia karena dapat melepaskan diri dari tugas-tugas rutin kesehariannya. Hal lain yang dapat mereka lakukan adalah ketika menemui sesuatu yang buruk maka dengan berdo'a agar mendapat petunjuk dan ketenangan pikiran. Di samping itu mereka juga memiliki keyakinan bahwa dengan cara berdo'a akan mendapatkan bantuan dan perlindungan, serta akan berupaya untuk selalu menggunakan aturan agama dalam setiap melakukan pekerjaannya di kantor. Kondisi-kondisi lain yang dapat meningkatkan religiositas mereka diantaranya adalah berusaha mendapatkan hikmah dalam setiap masalah, selalu belajar untuk mendalami agamanya melalui berbagai media, adanya keyakinan bahwa dalam kesulitan akan ada kemudahan, selalu bersyukur dengan apa yang diterimanya, dll.

Dalam studi ini ditemukan bahwa tiga faktor yang berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga, yang paling kuat pengaruhnya adalah *role overload*, diikuti dengan faktor keterlibatan keluarga, dan yang terkecil pengaruhnya adalah *religios coping*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *in-role*.

Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *in-role* adalah *religios coping*, *problem fokus coping*, dan dukungan atasan. Ketiga faktor tersebut berpengaruh secara positif terhadap kinerja *in-role*.

Kondisi-kondisi *religios coping* disamping berpengaruh terhadap konflik pekerjaan-keluarga, disisi lain ternyata juga akan berpengaruh juga terhadap terselesaikannya tugas, wewenang dan tanggung jawab seseorang sebagai wujud pencapaian kinerja *in-role*, dengan arah positif, artinya bahwa semakin tinggi tingkat *religiositas* seseorang, maka akan semakin tinggi kinerja *in-role* yang mereka hasilkan. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh Noor dan Hussein (2006). Adapun faktor-faktor *religios coping* yang dapat meningkatkan kinerja *in-role* diantaranya adalah selalu berdo'a sebelum memulai pekerjaan, jujur, tulus dan ikhlas dalam menjalankan tugas, menggunakan aturan-aturan agama dalam bekerja, dll.

Hasil analisis juga menemukan bahwa ada pengaruh *problem focus coping* terhadap kinerja *in-role* dengan arah positif. Hal ini memperlihatkan semakin tinggi tingkat *problem focus coping* yang digunakan seseorang akan semakin meningkatkan kinerja *in-role*. Temuan penelitian ini mendukung studi yang dilakukan oleh Hobfoll (1989). Adapun bentuk-bentuk cara mengatasi yang berfokus pada masalah yang biasa mereka gunakan adalah bahwa mereka akan mengkonsentrasikan diri ketika menyelesaikan suatu masalah, mereka juga akan mengambil tindakan tambahan saat diperlukan dalam menyelesaikan masalah, dan mereka akan tetap fokus pada masalah sebelum tuntas dengan mengesampingkan hal-hal yang lain yang dianggap tidak perlu.

Adapun upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan penanganan berfokus masalah diantaranya adalah

dengan membuat skala prioritas, berdiskusi terlebih dahulu dengan orang yang lebih tahu, lebih memahami permasalahan, menegakkan hati dan pikiran, dll.

Faktor lain yang tidak kalah penting untuk menciptakan kinerja *in-role* adalah yang bersumber dari pekerjaan yaitu adanya dukungan atasan. Studi menemukan bahwa dukungan atasan berpengaruh positif terhadap kinerja *in-role*, artinya semakin tinggi dukungan atasan, maka kinerja akan semakin meningkat. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh Skattebo & Butler (2004). Bentuk-bentuk dukungan atasan yang mereka rasakan diantaranya adalah adanya bantuan dari atasan ketika mereka membutuhkan dukungan khusus, adanya tantangan yang diberikan atasan ketika ada kesempatan untuk itu, dan adanya pemberian maaf dari atasan terhadap suatu kesalahan, ketika mereka secara jujur mengatakannya. Di samping itu, ada beberapa dukungan lain yang bersumber dari atasan yang akan lebih meningkatkan semangat kerja pegawai, diantaranya adanya arahan yang jelas, adanya apresiasi terhadap hasil kerja, lebih peduli dengan masalah-masalah yang dihadapi, bersedia mendengarkan keluhan kesah pegawai, dll. Dalam studi ini ditemukan bahwa tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja *in-role*, yang paling kuat pengaruhnya adalah *problem fokus coping*, diikuti dengan faktor *religios coping*, dan yang terkecil pengaruhnya adalah dukungan atasan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesejahteraan pegawai

Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan

pegawai adalah konflik pekerjaan-keluarga, *problem fukos coping*, dukungan atasan, dan kinerja *in-role*. Berdasarkan faktor-faktor tersebut ternyata hanya konflik pekerjaan-keluarga yang memiliki pengaruh negatif terhadap kesejahteraan pegawai, dan tiga faktor yang lain berpengaruh positif.

Temuan dari analisis dalam studi ini menunjukkan bahwa ada pengaruh konflik pekerjaan-keluarga terhadap kesejahteraan pegawai dengan arah negatif. Hal ini memperlihatkan bahwa ketika konflik pekerjaan-keluarga semakin tinggi maka kesejahteraan mereka juga semakin menurun, dan sebaliknya ketika konflik pekerjaan-keluarga menurun maka akan semakin meningkatkan kesejahteraan mereka. Adapun bentuk-bentuk konflik pekerjaan-keluarga yang mereka alami adalah adanya waktu istirahat dari pekerjaan yang tidak bisa disesuaikan dengan jadwal anggota keluarga, adanya keinginan untuk memiliki waktu yang lebih banyak untuk keluarga, tidak memiliki cukup waktu untuk kepentingan diri pribadi, adanya waktu untuk keluarga dan untuk pekerjaan yang tidak seimbang, merasa bahwa pekerjaan terlalu sering menjauhkannya dari keluarga, harus mengerjakan terlalu banyak tugas melebihi kemampuannya, dan tidak memiliki kesabaran yang cukup sesuai dengan yang mereka inginkan.

Temuan ini mendukung studi yang dilakukan Frone, et al. (1992); Frone (2000); Kossek & Ozeki (1999); Noor (2002); Noor & Hussin (2006), yang menemukan bahwa peningkatan konflik pekerjaan-keluarga akan menurunkan kesejahteraan mereka. Pegawai yang mengalami konflik ini akan lebih besar kemungkinannya mengalami

gangguan kesehatan sehingga tidak mampu membuat keputusan dan tidak dapat merasakan kegembiraan terhadap apa yang dilakukan.

Temuan dari analisis dalam studi ini menunjukkan bahwa ada pengaruh *problem fukos coping* terhadap kesejahteraan pegawai dengan arah positif. Hal ini memperlihatkan bahwa ketika *problem fukos coping* semakin tinggi maka kesejahteraan mereka juga semakin meningkat. Adapun bentuk-bentuk cara mengatasi yang berfokus pada masalah yang biasa mereka gunakan adalah bahwa mereka akan mengkonsentrasikan diri ketika menyelesaikan suatu masalah, mereka juga akan mengambil tindakan tambahan saat diperlukan dalam menyelesaikan masalah, dan mereka akan tetap fokus pada masalah sebelum tuntas dengan mengesampingkan hal-hal yang lain yang dianggap tidak perlu. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh Beehr, Johnson, & Nieva (1995); Rotondo, Carlson, & Kincaid (2003), yang menunjukkan bahwa penanganan yang berfokus masalah (*problem fokus coping*) terbukti meningkatkan kesejahteraan pegawai, yaitu dengan kepuasan kerja yang meningkat dan kesehatan yang membaik. Temuan dari analisis dalam studi ini menunjukkan bahwa ada pengaruh dukungan atasan terhadap kesejahteraan pegawai dengan arah positif.

Hal ini memperlihatkan bahwa ketika dukungan atasan semakin tinggi maka kesejahteraan mereka juga semakin meningkat. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh (Lambert, 1990). Meskipun demikian, ada temuan yang berbeda yang dilakukan oleh Parasuraman

et al. (1992) dan Buckley & Kirrane (2004) yang tidak menemukan adanya pengaruh dukungan atasan terhadap kesejahteraan pegawai. Bentuk-bentuk dukungan atasan yang mereka rasakan diantaranya adalah adanya perhatian dari atasan ketika ada anggota keluarga yang sakit, adanya pemberian insentif, mau menerima usulan-usulan dari bawahan, memberi ijin ketika dibutuhkan, dll.

Temuan dari analisis dalam studi ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kinerja *in-role* terhadap kesejahteraan pegawai dengan arah positif. Hal ini memperlihatkan bahwa ketika kinerja *in-role* semakin tinggi maka kesejahteraan mereka juga semakin meningkat. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh MacKenzie, et al. (1993) dan Podsakoff, et al. (1997). Namun, berlawanan dengan studi yang lain, temuan ini mungkin yang paling mengejutkan bahwa kinerja *in-role* tidak signifikan berkaitan dengan kesejahteraan (Brown & Peterson, 1993).

Adapun bentuk-bentuk kinerja *in-role* yang dapat meningkatkan kesejahteraan pegawai diantaranya adalah ketika mereka dapat melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya, ketika mereka dapat memenuhi tuntutan kinerja yang diberikan oleh kantor, dan ketika mereka tidak pernah gagal, melaksanakan tugas-tugas penting yang diberikan kepadanya. Disamping itu ada beberapa upaya yang dilakukan untuk memenuhi target/tugas dan tanggung jawabnya, diantaranya adalah bekerja dengan penuh tanggung jawab, bekerja secara cepat dan tepat, bekerja dengan hati-hati, datang lebih awal dengan menyiapkan strategi, menggunakan inovasi

dalam menyelesaikan tugas, memotivasi diri sendiri untuk terus berkembang, dll. Dalam studi ini ditemukan bahwa empat faktor yang berpengaruh terhadap kesejahteraan pegawai, yang paling kuat pengaruhnya adalah kinerja *in-role*, diikuti dengan faktor dukungan atasan, kemudian *problem fokus coping*, dan yang terkecil pengaruhnya adalah konflik pekerjaan-keluarga.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja *extra-role*.

Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *extra-role* adalah konflik pekerjaan-keluarga dan kesejahteraan pegawai. Kedua faktor yang berpengaruh ini sama-sama memberikan arah yang positif terhadap kinerja *extra-role*.

Hasil analisis menemukan bahwa ada pengaruh konflik pekerjaan-keluarga terhadap kinerja *extra-role*, dengan arah positif. Hal ini memperlihatkan semakin tinggi tingkat konflik pekerjaan-keluarga yang dialami para pegawai akan semakin meningkatkan kinerja *extra-role*. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh MacKenzie, et al. (1998). Adapun bentuk-bentuk konflik pekerjaan-keluarga yang mereka alami adalah adanya waktu istirahat dari pekerjaan yang tidak bisa disesuaikan dengan jadwal anggota keluarga, adanya keinginan untuk memiliki waktu yang lebih banyak untuk keluarga, tidak memiliki cukup waktu untuk kepentingan diri pribadi, adanya waktu untuk keluarga dan untuk pekerjaan yang tidak seimbang, merasa bahwa pekerjaan terlalu sering menjauhkannya dari keluarga, harus mengerjakan terlalu banyak tugas melebihi

kemampuannya, dan tidak memiliki kesabaran yang cukup sesuai dengan yang mereka inginkan. Namun, disisi lain bahwa dari masalah-masalah yang muncul masih cukup terkendali karena terbukti masih dapat meningkatkan kinerja *extra-role* nya, atau dengan kata lain bahwa, sekalipun mereka banyak mengalami benturan waktu dan perilaku yang bersumber dari pekerjaan maupun keluarga, tetapi para pegawai masih dapat membantu rekan kerja/tim dalam menyelesaikan tugas-tugas kolektif mereka.

Sedangkan bentuk-bentuk kesejahteraan mereka yang dapat meningkatkan kinerja *extra-role* adalah bahwa mereka merasa telah melakukan sesuatu yang sangat berharga ketika melakukan pekerjaan, mereka juga mampu membuat keputusan, mereka dapat menikmati pekerjaannya yang sekarang, serta merasa cukup gembira dengan apa yang dilakukannya. Hal-hal tersebut di atas akan semakin memberikan keyakinan pegawai untuk terus bekerja, sehingga akan menciptakan kesediaan mereka dalam bekerja sama dengan sesama rekan kerja, dimana hal ini yang menjadi ukuran kinerja *extra-role*. Temuan ini mendukung studi yang dilakukan oleh Organ (1990).

Dalam studi ini ditemukan bahwa dua faktor yang berpengaruh terhadap kinerja *extra-role*, yang paling kuat pengaruhnya adalah kesejahteraan pegawai, sedangkan konflik pekerjaan-keluarga ditemukan memiliki pengaruh yang lebih rendah terhadap kinerja *extra-role*. Bukti terhadap terciptanya kinerja *extra-role* diantaranya adalah mereka akan berusaha menghindari konflik yang terjadi diantara sesama rekan

kerja, adanya kesediaan dalam meluangkan waktu untuk membantu rekan kerja yang sedang menemui kesulitan dalam pekerjaan, dan akan berbicara terlebih dahulu dengan rekan kerja sebelum melakukan tindakan yang mungkin akan berpengaruh terhadap mereka.

PENUTUP / SIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi konflik pekerjaan-keluarga dan dampak dari konflik pekerjaan-keluarga terhadap penciptaan kesejahteraan dan kinerja pegawai. Dalam banyak penelitian, kinerja dipandang sebagai hasil upaya seseorang yang relevan dengan tujuan organisasi, dan dalam penelitian ini kinerja diukur dari 2 dimensi yaitu kinerja *in-role* dan *extra-role*.

Studi tentang kinerja ini mendasarkan pada konsep yang dikemukakan Williams & Anderson (1991) serta MacKenzie (1999) yang mengartikan kinerja sebagai suatu gabungan dari *in-role performance* dan *extra-role performance*. *In-role performance* adalah ukuran kinerja yang terkait langsung dengan pekerjaan seseorang, seperti seberapa baik karyawan melakukan pekerjaan sesuai deskripsi kerja dan hasil yang dia capai. Sedangkan *extra-role performance* diartikan dengan ukuran perilaku kerja yang bukan bagian deskripsi kerja, tidak terkait dengan penggajian, tapi membuat fungsi organisasi menjadi lebih efektif.

Pencapaian kinerja secara *in-role* dan *extra-role* membutuhkan sumber daya yang tidak dapat diabaikan. Hal ini sesuai dengan *social resources theory* (Lindholm, 1999) yang

menyebutkan bahwa dalam suatu relasi sosial terdapat sumber daya yang dapat diakses dan digunakan oleh seseorang. Posisi seseorang dalam struktur interaksi akan memudahkan dia memperoleh sumber daya yang diperlukan, yang memungkinkan dia bekerja dengan lebih baik. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa, setiap orang memiliki keterbatasan, sehingga dia akan membutuhkan dukungan, informasi, bahkan sumber daya dari keluarga dan atasan untuk menunjang pekerjaannya. Jika seorang pegawai memiliki interaksi yang baik dengan atasan akan memiliki posisi dalam hirarki yang memungkinkan dia berhubungan dengan banyak orang, *network ties* yang dimilikinya dapat memberikan akses pada informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung kinerjanya.

Dengan demikian, posisi seseorang dalam struktur interaksi akan menyebabkan dia dapat memperoleh dukungan lebih besar, sehingga dia mampu melaksanakan pekerjaan dengan baik. Hal ini terjadi karena dukungan yang dia peroleh baik dari atasan keluarga dan dari atasan memungkinkan dia untuk menggunakan waktu kerja secara lebih efektif, sehingga kinerjanya semakin baik.

Implikasi

Implikasi teoritis dari penelitian ini ada 2 (dua), yaitu pertama, memperluas pengukuran kinerja pegawai menjadi dua dimensi, yaitu *in-role* dan *extra-role*, dan implikasi teoritis kedua dijelaskannya konsep keterlibatan keluarga sebagai hasil formulasi dari pengurangan tuntutan/tekanan keluarga terhadap dukungan keluarga, karena secara logika dua hal ini terjadi secara simultan sehingga

menciptakan satu variabel. Sedangkan implikasi praktis penelitian ini juga memberikan 2 implikasi bagi para pengambil keputusan di sektor perbankan, khususnya di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Jogjakarta yang relatif memiliki kemiripan setting.

Pertama, pimpinan perlu mewaspai meningkatnya kondisi konflik pekerjaan-keluarga yang terjadi saat ini, karena memiliki dua sisi yang berbeda, yaitu satu sisi berdampak positif yang dapat meningkatkan kinerja pegawai khususnya kinerja *extra-role*, tetapi di sisi lain berdampak negatif terhadap menurunnya kesejahteraan pegawai. Kedua, pihak manajemen perlu mengukur kinerja pegawai dengan dua ukuran, yaitu pelaksanaan pekerjaan sesuai deskripsi serta pencapaian target kerja pegawai (kinerja *in-role*), dan seberapa baik pegawai mau bekerjasama serta mendukung rekan kerjanya (kinerja *extra-role*).

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan lain dari studi ini adalah bahwa distribusi data untuk uji multivariate tidak normal, meskipun ketidaknormalan distribusi seperti ini juga ditemukan dalam riset perilaku (Hoyle, 1995), sehingga perlu dilakukan metode estimasi yang tepat untuk mengatasi hal ini. Cara ideal untuk mengatasi ketidaknormalan distribusi data yaitu dengan metode estimasi ADF (*asymptotically distribution free*) (Hair, et al., 2006), tetapi tidak dapat dilakukan dalam penelitian ini karena jumlah sampel tidak mencukupi untuk analisis model persamaan struktural dengan metode ADF.

Daftar Pustaka

- Abbot J. De Cieri H., & Iverson R. D. (1998). Costing Turnover: Implication of Work/Family Conflict at Management Level. *Asia Pasific Journal of Human Resource*, 36(1)
- Adams G.A, Lynda A.. Kin & Daniel W. King. (1996). Relationships of Job and Family Involvement Family Social Support, and Work-Family Conflict With Job and Life Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, Vol.81 No. 4;411-420
- Ahmad, Aminah. (2010). Work-Family Conflict among Junior Physicians: Its Mediating Role in the Relationship between Role Overload and Emotional Exhaustion. *Journal of Social Sciences*, 6(2):265-271.
- Aini Qurrotul Novela Intan. (2002). Konflik Pekerjaan – Keluarga: Anteseden dan Pengaruhnya Terhadap Kemangkiran *Tesis (tidak diterbitkan)* Yogyakarta Program Pascasarjana UGM.
- Allen, T.D., et al. (2000). Consequences Associated with Work-to-Family Conflict: A Review and Agenda for Future Research. *Journal of Applied Psychology*, 5, 278-308.
- Arbuckle, J.L. (2005), AMOS User's Guide Version 6.0 *Amos Development Corporation*.
- Atkinson, T., Liem, R., & Liem, J. (1986). The Social Costs of Unemployment: Implications for Social Support. *Journal of Health and Social Behavior*, 27, 317-331.
- Aycan, Z., et al. (2000). Cross-cultural Industrial and Organizational Psychology: Contribution, Past Development and Future Directions. *Journal of cross-Cultural Psychology*, 31(1), 110-128.
- Bartolome, F. & Evans, P.A.L. (1980). Must Success cost so much? *Harvard Business Review*, 58, 2, 137-148.
- Baruck-Feldman, C., Brondolo, E., Ben-Dayana, D., & Schwartz, J. (2002). Sources of Social Support and Burnout, Job Satisfaction and Productivity. *Journal of Occupational Health Psychology*, 7, 84-93.
- Beehr, T.A., Johnson, L.B., & Nieva, R. (1995). Occupational Stress: Coping of Police and their spouses. *Journal of Organizational Behavior*, 16: 3-25.
- Beehr, T.A. (2000). Psychological Stress in The Workplace. New York: Routledge.
- Beehr, T.A. & Newman. (2000). Work and Stress: Implications for Human Resource Management. *Human Resources Management*, 3: 449-460.
- Beehr, T.A. & McGrath, J.E. (1992). Social Support, Occupational Stress and Anxiety. *Anxiety, Stress, and Coping*, 5: 7-19.
- Bhuiyan, S.N., Menguc, B., and Borsboom, R. (2005). Stressors and Job Outcomes in Sales: A Triphasic Model Versus A Linear-Quadratic-Interactive Model. *Journal of Business Research*, 58, 141-150.
- Bohen, H.N. & Viveros-Long, A. (1982). Balancing Jobs and Family Life: Do Flexible

- Work Schedules Help? Philadelphia: Temple University Press.
- Boyar, S.L, et al. (2003). Work-Family Conflict: A Model Of Linkages Between Work And Family Domain Variables And Turnover Intentions. *Journal Of Management Issues*, Vol. XV. No. 2, 175-190.
- Brown, Steven, P. and Robert, A. Peterson. (1993). Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: A Meta Analysis and Assessment of Causal Effects. *Journal of Marketing*, 30(February), 63-77.
- Buckley, F. & Kirrane, M. (2004). The Influence of Support Relationships on Work-Family Conflict: Differentiating Emotional from Instrumental Support. *Equal Opportunities International*, vol. 23. No. ½, 78-96.
- Burke, R.J. (1998). Work and Non-Work Stressors and Well-Being Among Police Officers: The Role of Coping. *Anxiety, Stress, and Coping*. Vol. 11, 345-362.
- Burke, R.J. (1994). Stressful Events, Work-Family Conflict, Coping, Psychological Burnout and Well-Being among Police Officers. *Psychological Reports*, vol. 75, 787-800.
- Burke, R.J. & Greenglass, E.R. (2001). Hospital restructuring, Work-Family Conflict and Burnout among Nursing Staff. *Psychology and Health*, vol. 16, 583-594.
- Butler, Adam. B. and Amie Skattebo. (2004). What is Acceptable for Women May Not Be for Men: The Effect of Family Conflicts with Work on Job-Performance Ratings. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. Vol. 77, 553-564.
- Caplan, G. (1975). The Family as Support System, in: Support System and Mutual Help: Multidisciplinary Explorations, Caplan, G. and Millilea, M. New York: Grune and Stratton.
- Cohen, S. & Wills, T.A. (1985). Stress, Social Support, and The Buffering Hypothesis. *Psychological Bulletin*, 93, 310-357.
- Cooke R., & Roussreau, D. (1984). Stress and Strain From Family Roles and Work-Role Expectations. *Journal of Apllied Psychology*, 69, 252-260.
- Dew, M. Bromet, E. & Shulberg, H. (1987). A Comparative Analysis of Two Community Stressor's Long Term Mental Health Effects. *American Journal of Community Psychology*, 15, 167-184.
- Ducharme, L.J., & Martin, J.K. (2000). Unrewarding work, Coworker Support and Job Satisfaction: A Test of The Buffering Hypothesis. *Work and Occupations*, 27, 223-243.
- Duxbury, L.E. & Higgins, C. A. (1991). Gender Differences in Work-Family Conflict. *Journal of Applied Psychology*, 76(1):60-74.
- Erdwins, C.J., et al. (2001). The Relationship of Women's Role Strain to Social Support, Role Satisfaction, and Self Efficacy. *Family Relations*, 50(3), 230-238.

- Etzion, D. & Bailyn, L. (1994). Patterns of Adjustment to The Career/Family Conflict of Technically Trained Women in the USA and Israel. *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 24, 1520-1549.
- Foley, S. and Powel, G.N. (1997). Reconceptualizing Work-Family Conflict For Business/Marriage Partners: A Theoretical Model. *Journal Of Small Business Management*.
- Folkman, S., et al. (1986). Dynamics of A Stressful Encounter: Cognitive Appraisal, Coping, and Encounter Outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 992-1003.
- Frone M. R, Barness, G.M. & Farrel, M.P. (1994). Relationship of Work and Family to Substance Use among Employed Mother: The Role of Negative Affect. *Journal of Marriage and The Family*, 56:1019-1030
- Frone M. R, Russel, M, & Cooper, M. L. (1991). Relationship of Work and Family Stressors to Psychological Distress. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6:227-250
- Frone M. R, Russel, M, & Cooper, M. L. (1992). Antecedents and Outcomes of Work-Family Conflict: Testing a Model of The Work-Family Interface. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 77. No. 1, 65-78.
- Frone M. R, Russel, M, & Cooper, M. L. (1994). Relationship Between Job and Family Satisfaction: Causal or Non Causal Covariation?. *Journal of Management*, 20(3): 565-579
- Frone M. R, Russel, M, & Cooper, M. L. (1997). Relation of Work-Family Conflict to Health outcomes: A Four-year Causal or Non Causal Longitudinal Study of Employed Parents. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 325-335.
- Frone M. R. (2000). Work-Family Conflict and Employee Psychiatric disorders: The national comorbidity survey. *Journal of Applied Psychology*, 85, 888-895.
- Fu, C. K. & Shaffer, M. A. (2001). The Tug of Work and Family, Direct and indirect domain-specific determinants of work-family conflict. *Personnel Review*, Vol. 30, No. 5, 502-522.
- Gerdes, E.P. (1995). Women Preparing for Traditionally Male Professions: Physical and Psychological Symptoms Associated with Work and Home Stress. *Sex Roles*, vol. 32, 787-807
- Ghozali, I. (2004). Model Persamaan struktural: Konsep dan aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0. badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gibson, James L. et al. (1997). Organisasi, *Bina Rupa Aksara*, Edisi 8
- Greenglass, E.R. (1991). Burnout and Gender, Theoretical and Organizational Implications. *Canadian psychology*, vol. 32, 562-574.
- Greenhaus, S. J., & Beutell, N. (1985). Sources of Conflict between Work and Family Roles. *Academy of Management Review*, 10. 76-88
- Greenhouse, J.H. Callanan. G.A. & Godshale, V.M. (1999). Career Management Third Ed Philadelphia: *The Dryden Press* P; 297

- Hair Jr., J.F.R.E. Anderson, R.L. Thatam dan W.C. Black, (2006). *Multivariate Data Analysis 5 th Edition*, NJ: *Prentice-Hall International . Inc.*
- Higgins, C.A. & Duxbury, L.E.(1992). Work-Family Conflict: A Comparison of Dual-career and Traditional-Career Men. *Journal of Organizational Behavior*, July, 13,4. 389-408.
- Higgins, C.A.,Linda Elizabeth Duxbury &RichardH.I.(1992).Work-FamilyConflict in The Dual-Career Family. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 51,51-75.
- Hobfoll, S.E.(1989). Conservation of Resources: A New Attempt at Conceptualizing Stress. *American Psychologist*, 44, 513-524.
- Homans, G.(1961). *Social Behavior*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Hughes, D.L.& Galinsky, E.(1994). Gender, Job, Family Conditions, and Psychological Symptoms. *Psychology of Women Quarterly*, 18, 251-270
- Hussin, R. & Noor, N.M.(2006). Work-Family Conflict, Coping, and Well-Being in Nurses. The Third International Research Colloquium, Research in Malaysia and Thailand.
- Ihromi Tapi, Omas.(1990). Para Ibu yang Berperan Tunggal dan Berperan Ganda: Laporan Penelitian Kelompok Studi Wanita FISIP-UI. Jakarta. *Lembaga penerbit FEUI*
- Jones, A.P. & Mark, C. Butler.(1980). A Role Transition Approach to the Stresses of Organizationally Induced Family Role Disruption. *Journal of Marriage and The Family* 42 (May): 367-375.
- Joseph, S., Williams, R., & William, Y.(1992). Crisis Support, Attributional Style, Coping Style, and Post-Traumatic Symptoms. *Personality and individual differences*, 13, 1249-1251.
- Karatepe, O.M., & Sokmen A.(2006). The Effects of Work Role and Family Role Variables on Psychological and Behavioral Outcomes of Frontline Employees. *Tourism Management.*, 27(2), 255-268.
- Kelly, R. & Voydanoff, P.(1985). Work Family Role Strain Among Employed Parents. *Family Realtions*, 34, 367-374. anoff
- Khan, R. L. & Byosiore, P. (1991). Stress in Organizations. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (2nd ed; vol. 3, 571-650.
- Klitzman, S., House, J. Israel, B.A.& Mero, R.P.(1990). Work Stress, Nonwork Stress, and Health. *Journal of Behavioral Medecine*, 13: 221-243
- Kopelman R.E. Greenhaus J.H. Connolly T.F. (1983). A. Model of Work-Family Conflict: A Construct Validation Study. *Organizational Behavior and Human Performance* 32;198-215
- Kossek, E.E. & Ozeki, C.(1999). Bridging The Work-Family Policy an Productivity Gap: A Literature Review. *Community Work and Family*, vol 2, 7-32.

- Lambert, Susan.J.(1990). Processes Linking Work and Family: A Critical Review and Research Agenda. *Human Relations*, 43(3), 239-257.
- Lapierre, L.M. & Allen, T.D.(2006). Work-Supportive Family, Family-Supportive Supervision, Use of Organizational Benefits, and Problem-Focused Coping: Implications for Work-Family Conflicts and Employee Well-Being. *Journal of Occupational Health Psychology*, vol. 11. No. 2, 169-181.
- LaRocco, J.M., House, J.S. & French, J.R.P. Jr.(1980). Social Support, Occupational Stress, and Health. *Journal of Health and social Behavior*, 21, 202-218.
- Lee, J.S.K., & Choo, S.L.(2001). Work-Family Conflict of Women Entrepreneurs in Singapore. *Women in Management Review*, 16(5), 204-221.
- Lilly, J.D., Duffy, J.A. & Virick, M.(2006). A Gender-Sensitive Study of McClelland's Needs, Stress, and Turnover Intent with Work-Family Conflict. *Women in Management Review*. Vol. 21. No. 8, 662-680.
- Lindholm, N.(2000). National Culture and Performance Management in MNC Subsidiaries. *International Studies of Management & Organizational*, 29 (4): 45-66.
- Luk, D.M and Margaret A. Shaffer.(2005). Work and Family Domain Stressors and Support: Within-and Cross-Domain Influences on Work-Family Conflict. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol. 78, 489-508.
- Macewen, K.E. & Barling, J.(1994). Daily Consequences of Work Interferences with Family and Family Interference with Work. *Work & Stress*, 8, 244-254.
- MacKenzie, S.B., Podsakoff, P.M., and Paine, J.B.(1999). Do Citizenship Behaviors Matter More for Managers Than for Salespeople. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27 (4); 390-410.
- Mauno Saija, et al.(2005). Does Work-Family Conflict Mediate The Relationship between Work-Family Culture and Self-Reported Distress? Evidence From Five Finish Organizations. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 509-530.
- Menaghan, E.G.& Parcel, T.L(1990). Parental Employment and Family Life: Research in the 1980s. *Journal Marriage and the Family*, 52:1078-1098.
- Milbourn, G.(2006). Teaching The Job Stress Audit to Business School Students: Causes, Measures, Reductions. *Journal of American Academy of Business*, vol. 8, no, 2, 44-50.
- Muhonen, T. & Torkelson, E.(2006). Exploring Stress and Coping at Work: Critical Incidents among Women and Men in Equivalent Positions. Call for Paper, School of International Migration and Ethnic Relations (IMER), Malmö University, Sweden.
- Nasurdin, A.M. & Hsia, K.L.(2008). The Influence of Support at Work and Home on Work-Family Conflict: Does Gender Make

- a Difference?. *Research and Practice in Human Resources Management*, 16(1), 18-38.
- Neal, M.B. & Hammer, L.B.(2006). Working Couples Caring for Children and Aging Parents: Effects on Work and Well-Being, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ.
- Netemeyer, R.G., Boles, J.S., & McMurrian, R.(1996). Development and Validation of Work-Family Conflict and Family-Work Conflict Scales. *Journal of Applied Psychology*, 81, 400-410.
- Netemeyer, R.G., Maxham, J.G., & Pullig, C.(2005). Conflicts in The Work-Family Interface: Links to Job Stress , Customer Service Employee Performance , and Customer Purchase Intent. *Journal of Marketing*, 69, 130-143.
- Noor, N.M.(2002). Wor-Family Conflict, Locus of Control, and Women's Well-Being: Tests of Alternative Pathways. *The Journal of Social Psychology*, 142(5), 645-662.
- Noor, N.M.(2004). Work-Family Conflict , Work and Family Role Salience, and Women's Well-Being. *The Journal of Social Psychology*, 144(4), 389-405
- Organ, Dennis. W.(1990). The Subtle Significance of Job Satisfaction. *Clinical Laboratory Management Review*, 4(1), 94-98.
- Noor, N.M.(2006). Locus of Control, Supportive Workplace Policies and Work-Family Conflict. *Psychologia*, 49, 48-60.
- Parasuraman, S, Greenhaus, J.H. and Granrose, C.K.(1992). Role Stressors, Social Support, and Well-Being Among Two-Career Couples. *Journal of Organizational Behavior*. No 13, 339-356.
- Parasuraman, S. & Simmers, C.A.(2001). Type of Employment, Work-Family Conflict and Well-Being: a Comparative Study. John Wiley & Sons, Ltd.
- Pines, A.M. and zaidman, N.(2003). Gender Culture and Social Support: Israeli Jewish and Arab Men and Women, *Sex roles*, vol. 49, 571-586.
- Pinneau, S. R. Jr.(1975). Effects of Social Support on Psychological and Physiological Strains, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Michigan
- Pleck, J.H.(1985). *Work Wives/Working Husbands*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Polasky, I.J. & Holahan, C.K.(1998). Maternal self-discrepancies, interrole conflict, and negative affect among married professional women with children. *Journal of Family Psychology*; 12, 3,, 388-401.
- Podsakoff, Philip, M. Michael Ahearne, and Scott, B. MacKenzie.(1977). Organizational Citizenship Behavior and the Quantity and Quality of Work Group Performance. *Journal of Applied Psychology*, 82(2), 262-70.
- Rahman, A.(1995). Islam: Ideology and The Way of Life. Kuala Lumpur: AS Nordeen.
- Rizzo, J.R., House, R.J. & Lirtzman, S.I.(1970). Role Conflict and Ambiguity in Complex Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 152(2), 150-163.

- Robbin, S.P. and Timothy, A.J.(2009). Organizational Behavior. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Rotondo, D.M., Carlson, D.S. & Kincaid, Kincaid,J.F.(2003). Coping with Multiple Dimensions of Work-Family Conflict. *Personnel Review*, vol. 32. No. 3, 275-296.
- Ross, R.R. & Altmaier, E.M.(1994). Intervention in Occupational Stress. London: Sage Publication Ltd.
- Rosvia, G.(2001). Analisis Konflik Pekerjaan-Keluarga pada pria yang memiliki istri bekerja. Tesis Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Jogjakarta, tidak dipublikasikan.
- Samad, Sarminah.(2006). Assesssing the Effects of Work and Family Related Factors on Women Well-Being. *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 9. No. 1, 52-57.
- Sekaran, U.(1983). Factors Influencing the Quality of Life in Dual-Career Families. *Journal of Occupational Psychology*, 56, 2, 161-174.
- Sekaran, U.(2006). Research Methods for Business. John Wiley and Sons, Inc. Canada
- Sharma, S.(1996). Applied Multivariate Techniques. New York: John Wiley and Sons, Inc. Canada
- Staines, G.L. & Pleck, J.H.(1984). Nonstandard Work Schedule and Family Life. *Journal of Applied Psychology*, 69,3, 515-523.
- Triaryati, N.(2003). Pengaruh Adaptasi Kebijakan Mengenai Work Family Issue Terhadap Absen dan Turnover. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5. No.1, 72-84.
- Vaux, A.(1988). Social Support: Theory, Research and Intervention. New York, Praeger.
- Voydanoff, P.(1987). Work and Family Life. Beverly Hills, CA: Sage.
- Williams, L.J. and Anderson, S.E.(1991). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and In-Role Behaviors. *Journal of Management*, 17(3):601-617.
- Yang Nini, et al. (2000). Sources of Work-Family Conflict: A Sino-U.S Comparison of The Effects Of Work and Family Demands. *Academy of Management Journal*, Vol. 43, No. 1, 113-123.
- Yip, B.S., Rowlinson and O.L. Siu,.(2008). Coping Strategies as Moderations in Relationship between Role Overload and Burnout. *Construct. Manage. Econ.*,26: 869-880. DOI: 10.1080/01446190802213529.

Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Pasar Sampangan Kota Semarang Pasca Relokasi Penjualan

Siti Ridloah

Vini Wiratno Putri

Nurjannah Rahayu Kistanti

Universitas Negeri Semarang

siti.ridloah@gmail.com

vini.unnes@gmail.com

nurjannah.rk@gmail.com

Abstract

The objective of the research is to identify consumer attitudes toward the attributes forming consumer perceptions and analyze the differences in consumer attitudes toward Sampangan Market before and after the relocation. Variabels of this study are divided into two groups: an evaluation of the attribute variabels into consideration consumers in choosing where to shop (variabel ei). The second variabel is the strength of the belief that the object being assessed has these attributes (variabel bi). The data analysis techniques used descriptive analysis and quantitative models multiatribut Fishbein attitude. Based on this research, consumer attitudes toward shopping attributes based on the evaluation of the importance of the attribute is strongly influenced by the price, speed of service, the location, the atmosphere and the physical condition of the shopping and completeness of product and promotion. Based on the evaluation of the level of confidence in the market Sampangan new attribute almost all the attributes believed was good except attribute consumer advertising and promotion. Based on the analysis calculations multiatribut Fishbein attitude is generally known that consumers preferred the new Sampangan Market compared to the old Sampangan market. The results of this study are expected to facilitate the formulation of plans, policies, regulations and implementation strategies specifically related to the development of traditional markets so that it can increase the economic empowerment that ultimately lead to a multiplier effect for the welfare of the societies.

Keywords: *Consumer Attitude, Attitude Multiatribut Fishbein Model.*

PENDAHULUAN

Kota merupakan daya tarik penduduk untuk melakukan migrasi dari desa ke kota. Adanya harapan yang besar untuk mengubah nasib di kota dan tersedianya berbagai fasilitas yang tersedia mulai fasilitas pendidikan, perbelanjaan merupakan faktor pendorong

penduduk melakukan urbanisasi. Kota Semarang yang berkembang pada wilayah pesisir dengan keberadaan pelabuhan menjadikan Semarang sebagai wilayah strategis sebagai pintu masuk (*gate way*) menuju wilayah pelayanannya, serta posisinya pada jalur pantai utara yang

menghubungkan kota Jakarta dengan kota Surabaya yang merupakan Ibukota Propinsi Jawa Tengah menjadi daya tarik wilayah serta berakibat terjadinya urbanisasi menuju kota Semarang. Tak heran jika tiap tahun jumlah penduduk Kota Semarang cenderung meningkat.

“Waktunya Semarang Setara” merupakan Motto Kota Semarang untuk membangun motivasi guna mengoptimalkan potensi Kota Semarang melalui komitmen seluruh pemangku kepentingan (Pemerintah–masyarakat – swasta) untuk bersama membangun dan mensejajarkan dengan Kota metropolitan lainnya serta mempermudah implementasi visi dan misi Kota Semarang 2010-2015. “Waktunya Semarang Setara” juga dimaksudkan sebagai momentum kebangkitan seluruh masyarakat Kota Semarang agar mampu sejajar dengan kota-kota metropolitan lainnya dalam segala aspek kehidupan guna mencapai kesejahteraan bersama. “Setara” juga dimaknai sebagai akronim SEmarang KoTA SejahteRA yang merupakan sasaran akhir pembangunan. Langkah kongkrit untuk mewujudkan hal tersebut dilakukan dengan memprioritaskan program-program pembangunan yang diwujudkan dalam “SAPTA PROGRAM” yang terdiri dari Penanggulangan Kemiskinan dan pengurangan pengangguran, Rob dan banjir, Pelayanan publik, Tata ruang dan infrastruktur, Kesenjangan dan keadilan gender, Pendidikan serta Kesehatan.

Kelurahan sampangan merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kota Semarang yang terkena imbas semakin berkembangnya kota Semarang. Semakin padatnya kelurahan sampangan karena

penduduk juga makin bertambah. Wilayah yang strategis dan tidak jauh dari pusat Kota Semarang merupakan daya tarik kelurahan sampangan. Ditambah lagi fasilitas yang memadai, yaitu tersedia fasilitas pendidikan mulai dari TK hingga Perguruan Tinggi (perlu diketahui, Sampangan merupakan sentral untuk kampus-kampus Perguruan Tinggi), tersedianya air bersih dan jaringan listrik serta komunikasi. serta fasilitas perbelanjaan di mana terdapat pasar tradisional dan mini market.

Di kelurahan Sampangan terdapat sebuah pasar tradisional yang bernama pasar sampangan. Pasar Sampangan yang tetap eksis sebagai pasar tradisional ditengah kepungan pasar modern. Pada mulanya Pasar Sampangan terletak di jantung kelurahan sampangan tepatnya di jalan kelud raya, dengan luas pasar 1.126 m2 dapat menampung 252 pedagang dengan jumlah kios 16, los 86 dan dasaran terbuka 162 (Dinas Pasar Kota Semarang). Akibat semakin padatnya sampangan dan adanya upaya penanggulangan banjir serta rob oleh Pemerintah Kota Semarang sesuai dengan SAPTA Program Kota Semarang, akhirnya Pasar Sampangan direlokasi dari jalan kelud raya ke jalan menoreh depan pom bensin Tugu Suharto.

Pelaksanaan relokasi Pasar Sampangan menimbulkan pro kontra di masyarakat. Ada sebagian masyarakat yang setuju dengan rencana relokasi tersebut mengingat semakin padatnya jalan disekitar Pasar Sampangan yang lama dan sebagai upaya untuk menanggulangi banjir di Kota Semarang karena Semarang adalah kota yang langganan banjir. Di sisi lain, ada juga yang kontra akan rencana tersebut. Apapun

perbedaan pendapat tersebut, toh nyatanya pembangunan tahap pertama Pasar Sampangan di jalan menoreh sudah selesai dan diresmikan. Bahkan Pasar Sampangan ini akan dijadikan sebagai Pasar Tradisional Percontohan. (<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2012/01/30/175362/sampangan-jadi-pasar-percontohan>)

Ruang lingkup penelitian terfokus pada upaya menganalisis sikap konsumen terhadap pasar Sampangan pasca relokasi berdasarkan analisis sikap multiatribut Fishbein. Dengan analisis sikap konsumen tersebut diharapkan akan memudahkan perumusan perencanaan, kebijakan, peraturan dan strategi implementasi khususnya yang berkaitan dengan pengembangan pasar tradisional sehingga mampu meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang akhirnya menimbulkan *multiplier effect* bagi kesejahteraan masyarakat.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengidentifikasi sikap konsumen terhadap atribut pembentuk persepsi konsumen pada Pasar Sampangan Pasca Relokasi Penjualan serta menganalisis perbedaan sikap konsumen terhadap pasar Sampangan sebelum relokasi dan pasca relokasi”.

KAJIAN PUSTAKA

Sikap Konsumen

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Definisi sikap menurut Schiffman dan Kanuk (2008) adalah kecenderungan yang dipelajari dalam merespon secara konsisten terhadap suatu obyek dalam bentuk suka atau tidak suka. Mowen dan Minor (1999) mengatakan bahwa pembentukan sikap konsumen seringkali menggambarkan

hubungan antara kepercayaan, sikap, dan perilaku. Kepercayaan, sikap dan perilaku juga terkait dengan konsep atribut produk. Atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk (Sumarwan, 2004).

Model Sikap Multiatribut Fishbein

Teori-teori sikap menyatakan bahwa sikap konsumen akan mempengaruhi perilaku atau tindakan konsumen terhadap produk. Hal ini berarti bahwa sikap konsumen terhadap suatu objek (produk atau jasa) sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dievaluasi. Model Fishbein mengemukakan tiga konsep utama (Sumarwan, 2004), yaitu Atribut (*Saliant Belief*), Kepercayaan (*Belief*, Evaluasi Atribut).

Atribut adalah karakteristik dari objek sikap (Ao). *Saliant belief* adalah kepercayaan konsumen bahwa suatu barang/jasa memiliki berbagai atribut. Kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995) dan Loudon dan Della Bitta (1993), tingkat kepercayaan biasanya diukur dengan skala bipolar yang menggunakan tujuh angka skala, mulai dari sangat suka (+3) sampai sangat tidak suka (-3). Kekuatan kepercayaan ini biasa dilambangkan dengan bi.

Evaluasi atribut menggambarkan pentingnya suatu atribut bagi konsumen. Evaluasi ini mengukur seberapa suka persepsi konsumen terhadap atribut dan suatu produk/jasa. Dalam teori multiatribut Fishbein, evaluasi atribut ini biasa disimbolkan dengan ei.

Atribut Pemilihan Tempat Berbelanja

Konsumen biasanya mendatangi tempat berbelanja dengan tujuan dan motif serta pertimbangan yang bermacam-macam. Dalam memilih tempat belanja, konsumen dapat melakukan penilaian terhadap atribut-atribut yang mempengaruhi mereka dalam memilih tempat berbelanja. Menurut (Engel, Blackwell dan Miniard, 1995) atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat berbelanja yaitu: harga, lokasi, sifat dan kualitas keragaman barang, personil penjualan, pelayanan yang diberikan, atribut fisik, atmosfer tempat berbelanja.

Kajian Kualitas Pasar Tradisional

Ide dasar dari sebuah pasar adalah agar segala proses transaksi, pertukaran barang & jasa berlangsung dengan biaya transaksi yang rendah dan efektif, adil dan secara social melibatkan banyak pelaku yang berkepentingan, secara ekonomi bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat maupun secara financial menguntungkan bagi semua pelaku didalamnya, baik penjual, pembeli maupun pelaku pendukung dan tak ketinggalan pula pentingnya peran otoritas pasar sekaligus sebagai pengelola pasar. Sejalan dengan ide dasarnya, peran dan fungsi pasar adalah sebagai locus transaksi untuk mengurangi ketidaksetaraan informasi (*asymmetric information*), menekan biaya transaksi (*transaction cost*) dan meningkatkan kepercayaan (*trust*) (S.Leksono, 2009).

Dalam pasar tradisional transaksi barang tidak dapat ditarik menurut perspektif dikhotomis “keuntungan yang maksimal, kerugian yang minimal”. Seorang pedagang tidak sekedar menerima uang

dan pihak lain menerima barang, tetapi terdapat kebutuhan social yang ingin didapat dari pihak lain, yakni penghargaan yang bersifat timbal-balik berlangsung dalam hubungan yang setara, terjalin ikatan hubungan personal emosional. Demikian juga dengan konsumen/pelanggan tidak semata mendapat sesuatu barang yang diperlukan, tetapi terdapat “kepuasan” lain yang diperlukan, diantaranya tempat dan dengan siapa penjual yang dihadapinya. Dalam budaya masyarakat timur, berbelanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi dari pada berbelanja secara individualis, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus dipenuhi.

Dalam penelitian S.Leksono (2009) menemukan bahwa pasar tradisional adalah sebagai modus interaksi social-budaya bahkan pasar juga mengandung fungsi religius sebagai sarana ibadah. Selain itu, esensi harga pada pasar tradisional terkandung *transaction cost* dan bahkan *asymmetric information*. Pengorbanan waktu pada proses tawar-menawar merupakan biaya transaksi, akan tetapi jika di dalamnya berlangsung pula proses komunikasi yang dapat menunjukkan kejelasan tentang karakter obyek barang yang diperjual belikan serta terjadi proses penyesuaian harga maka *asymmetric information* akan menyusut jauh. Di sini proses transaksi mempunyai peluang akan berkelanjutan berdasarkan interaksi social yang terjadi karena diantara keduanya menjadi saling kenal.

Signifikansi pasar tradisional dilindungi dapat dilihat dari fungsi sosial ekonomi pasar. Pasar merupakan salah satu institusi ekonomi yang ada di masyarakat. Pasar menjadi sarana pertemuan antara pembeli dan penjual. Untuk melakukan transaksi ekonomi, aktivitas ekonomi di Pasar tradisional cenderung melihat hubungan aspek-aspek ekonomis dan non ekonomis dari kehidupan pasar yang mempengaruhi proses-proses ekonomi. Aktivitas-aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi perdagangan dan konsumsi, nantinya akan disusun ke dalam peranan-peranan dan kolektivitas; dengan nilai-nilai apa ia dilegitimasi; dan dengan norma-norma serta sanksi apa yang diatur (Smelser, 1987).

Pemahaman fungsi pasar dari sudut pandang ekonomi lebih mengarah pada prinsip-prinsip resiprositas, persaingan pelaku ekonomi maupun aktivitas ekonomi yang dilakukan serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi. Namun demikian, berbagai pengalaman sejarah perkembangan ekonomi menunjukkan bahwa persoalan ekonomi tidak hanya menyangkut ekonomi saja tetapi terkait dan melekat pada institusi-institusi lain dari masyarakat seperti agama, politik dan pemerintah, budaya dan seterusnya. Dengan kata lain, persoalan ekonomi juga perlu mempertimbangkan institusi-institusi masyarakat lainnya yang dapat memperlancar atau menghambat aktivitas-aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh aktor-aktor ekonomi. Pendekatan sosial ekonomi salah satunya diperkenalkan oleh Max Weber (1978) yang memberikan garis batasnya dengan menekankan bahwa tindakan ekonomi sejauh ia mempunyai dimensi sosial dan selalu melibatkan makna serta berhubungan dengan kekuasaan.

Weber menetapkan sudut pandang sosiologi ekonomi pada 3 unsur : (1) tindakan ekonomi adalah tindakan social, (2) tindakan ekonomi selalu melibatkan makna (3) tindakan ekonomi selalu memperhatikan kekuasaan. Sementara J.Schumpeter (1981) menempatkan konteks institusional dari ekonomi dan bukan ekonomi itu sendiri. Bahwa kita menggunakan deskripsi dan interpretasi tentang institusi-institusi yang relevan secara ekonomi, termasuk kebiasaan dan semua bentuk perilaku umumnya, seperti pemerintah, hak milik, perilaku rasional atau tradisional. Sejalan dengan kedua pemikiran di atas, Swedberg dan Granovetter (1992) mengajukan tiga proposisi utama, yaitu tindakan ekonomi adalah suatu bentuk dari tindakan social, tindakan ekonomi disituasikan secara social, dan institusi-institusi ekonomi dikonstruksi secara social

Menurut Granoveter (1985) tindakan seseorang lebih melekat ke dalam hubungan social konkret yang sedang berlangsung. Ini berarti bahwa seseorang mendefinisikan situasi sosialnya terlebih dahulu sebelum menanggapi orang lain. Ini sejalan dengan Weber yang mengemukakan bahwa tindakan ekonomi tidak dipandang sebagai fenomena stimulus-respon yang sederhana, tetapi lebih kepada hasil dari suatu proses yang dilakukan oleh individu dalam proses hubungan social yang sedang berlangsung. Dengan kata lain, tindakan ekonomi disituasikan secara social dan melekat dalam jaringan social personal yang sedang berlangsung dari para pelaku perdagangan (*embeddedness*).

Hal ini tidak hanya terbatas terhadap tindakan actor individual sendiri tetapi

juga mencakup perilaku ekonomiyang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi yang semuanya terpendam dalam suatu jaringan hubungan social. Institusi yang ada akan lebih tepat dipandang sebagai konstruksi social atas kenyataan. Institusi-institusi yang ada dikonstruksi dengan mobilisasi sumber-sumber melalui jaringan social, dan dibangun dengan pertimbangan latar belakang masyarakat, politik, pasar dan teknologi.

Kondisi di atas sangat nampak sekali dalam kehidupan ekonomi di pasar tradisional. Kepercayaan (*trust*), sebagai salah satu institusi social, yang merupakan moralitas umum dalam perilaku ekonomi tidak muncul seketika tetapi terbit dari proses hubungan antar pribadi dari actor-aktor yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Ia terus-menerus ditafsirkan dan dinilai oleh para actor yang terlibat dalam hubungan perilaku ekonomi. Salah satu peran konkret dari kepercayaan adalah bertambah dan berkurangnya jumlah kredit yang diperoleh dalam transaksi jual beli. Hal ini merupakan graduasi kepercayaan yang merupakan hasil dari proses jaringan hubungan social yang telah dan sedang terjadi dalam hubungan dagang yang dilakukan. Jaringan hubungan social yang melihat bagaimana individu terkait dengan individu lainnya dan bagaimana ikatan afiliasi melayani untuk memperoleh sesuatu maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan social (Powel Smith-Doerr dalam Damsar, 1997).

Lebih jauh disampaikan bahwa pendekatan analisis terhadap jaringan social

menekankan analisis abstrak pada pola informal dalam organisasi dan bagaimana lingkungan dalam organisasi dikonstruksi (segi normative, sistem kepercayaan, hak profesi, sumber-sumber legitimasi). Serta suatu alat penelitian formal untuk menganalisis kekuasaan dan otonomi, area ini terdiri dari struktur social sebagai pola hubungan unit-unit social yang terkait.

Berbagai terminology di atas memberikan sebuah kerangka pemikiran terhadap peran social ekonomi akan entitas sebuah pasar, terutama pasar tradisional, sebagai institusi pelayanan publik. Berbagai aspek non ekonomis turut berpengaruh dan turut menentukan tindakan ekonomi yang dilakukan.

Pasar tradisional memiliki peran sentral bagi pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat Namun kondisi yang terjadi justru mengalami keterpurukan dimana selain kalah bersaing dengan pasar modern, juga karena manajemen pasar sendiri yang tidak mampu memenuhi kepuasan pelanggannya (Muttaqin, 2011)

Peran pasar tradisional menurut Devi (2012) akan terus menurun seiring dengan berjalannya waktu. Selain itu peran pasar tradisional skala kecil-menengah di perkotaan terancam hadirnya pedagang keliling dan warung di perkampungan. Pada sisi lain, kehadiran mereka adalah solusi yang jitu bagi kalangan menengah-bawah untuk belanja harian tanpa harus ke pasar. Sehingga menghemat biaya transportasi. Akibatnya akan terdapat beberapa pasar tradisional yang tutup karena kehilangan fungsinya. Hilangnya pasar tradisional yang berpuluh tahun menjadi penghubung

perekonomian perdesaan dengan perkotaan, dikhawatirkan akan mengakibatkan hilangnya lapangan pekerjaan.

Pasar tradisional lebih mudah dipertahankan secara fisik daripada secara fungsional. Faktor preferensi dan perilaku masyarakat yang berubah akibat perubahan tingkat pendapatan, cara hidup, ketersediaan waktu luang dan kemajuan teknologi, biaya transportasi, urbanisasi dan globalisasi mempengaruhi jumlah pengguna pasar tradisional skala kecil-menengah. Saat ini banyak ibu rumah tangga kelas menengah-atas yang bekerja di luar rumah berbelanja kebutuhan rumah tangga lebih efisien jika dilakukan dalam jumlah banyak dan tidak dilakukan tiap hari.

Dalam kondisi seperti ini, berbelanja di pasar modern lebih disukai, karena pengemasan yang lebih baik, sehingga barang yang bersifat mudah rusak (*perishable*) dapat tahan lebih lama meski dengan harga sedikit mahal. Dengan melakukan pembelanjaan dalam jumlah besar dapat menghemat biaya transportasi, meminimalkan waktu produktif yang hilang, dan mengisi waktu luang untuk berbelanja sambil berekreasi. Tidak semua pasar tradisional mengalami penurunan peminat. Pasar tradisional yang melibatkan transaksi dalam jumlah besar, terutama yang tematik (pasar buah, sayuran, batik, tekstil) akan lebih dapat bertahan meskipun bermunculan pasar modern. Kondisi ini menunjukkan peran preferensi (pilihan) masyarakat dan skala transaksi, menentukan keberadaan suatu pasar tradisional.

Penelitian Terdahulu

Riset mengenai atribut pembentuk persepsi konsumen pada tempat berbelanja

telah dilakukan oleh Pujiastuti (2009). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel pembentuk persepsi konsumen pada ritel hypermarket di Lebak Bulus, serta mengetahui variabel yang paling dominan dari persepsi konsumen pada ritel hypermarket di Lebak Bulus. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa terdapat satu variabel yang harus dihilangkan karena nilainya tidak valid yaitu variabel Iklan dan Promosi, sehingga yang tersisa menjadi lima variabel. Kelima variabel pembentuk persepsi konsumen pada ritel hypermarket di Lebak Bulus berdasarkan urutannya yaitu Variabel Harga, Variabel Lokasi, Variabel Kelengkapan Produk, Variabel Pelayanan, dan Variabel Kenyamanan Berbelanja.

Beberapa penelitian telah menggunakan Model Fishbein untuk menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai produk, yaitu sikap konsumen terhadap produk biskuit sandwich (Sumarwan, 2000), produk bakso ikan (Setiadi, 2000), produk dodol garut (Soenarya, 2000), Produk Sosis (Sembiring, 2000), produk ayam goreng (Rizal, 1997).

Dari penelitian-penelitian terdahulu, objek yang dinilai adalah suatu produk. Pada penelitian ini objek yang dinilai adalah suatu pasar dimana kegiatannya adalah memberikan jasa/pelayanan kepada konsumen sehingga atribut-atribut yang diukur berbeda. Selain itu, pada penelitian ini juga mengukur sikap konsumen terhadap Pasar Sampangan baru dibandingkan dengan Pasar Sampangan Lama.

METODE PENELITIAN

Populasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengunjungi Pasar Sampangan.. Mengingat besarnya populasi penelitian maka untuk memudahkan penelitian, karena terbatasnya waktu, maka diambil 100 sampel konsumen pada Pasar Sampangan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2005) bahwa *accidental sampling* (sampling aksidental) adalah: "Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data."

Variabel dalam penelitian ini terbagi kedalam dua kelompok variabel. Yang pertama adalah variabel evaluasi terhadap delapan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat berbelanja (variabel e_i), yang terdiri atas delapan buah pertanyaan yaitu evaluasi terhadap atribut, a) harga, b) lokasi, c) kelengkapan produk, d) iklan dan promosi, e) personil penjualan, f) pelayanan yang diberikan, g) atribut fisik dan h) atmosfer tempat berbelanja.

Variabel kelompok kedua adalah kekuatan kepercayaan bahwa objek yang dinilai (Pasar Sampangan) memiliki kedelapan atribut tersebut. Objek yang dinilai ini adalah Pasar Sampangan sebelum relokasi dan pasca relokasi. Tiap responden diminta untuk menyatakan sikapnya terhadap pasar Sampangan sebelum relokasi dan pasca relokasi berdasarkan berbagai atribut, dalam 5 angka skala, mulai +2 yang berarti sangat baik sampai -2 yang berarti sangat

buruk. Skor rata-rata tiap variabel tersebut digunakan untuk menghitung skor model Sikap Multiatribut Fishbein.

Teknik Analisis Data

Analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Penggunaan teknik analisis deskriptif ini untuk mengungkapkan gambaran data secara deskriptif dengan cara menginterpretasikan hasil pengolahan lewat tabulasi frekuensi.

Untuk keperluan analisis kuantitatif dalam penelitian ini digunakan Analisis Sikap Multiatribut Fishbein. Analisis ini digunakan untuk sikap konsumen terhadap sebuah produk (pelayanan/jasa) atau berbagai merk produk (Sumarwan, 2004). Model ini menekankan bahwa sikap konsumen terhadap suatu objek akan ditentukan oleh sikapnya terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh objek tersebut. Model ini menekankan adanya tingkat kepentingan atribut (*salience of attributes*). Model tersebut menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap objek ditentukan oleh dua hal, yaitu: 1) kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki oleh objek (komponen b_i), dan 2) evaluasi pentingnya atribut dari objek tersebut (komponen e_i). Perhitungan secara kuantitatif dari model ini digambarkan oleh formula berikut ini:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i.e_i$$

- A_o = Sikap terhadap suatu objek
 B_i = Kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut i
 e_i = Evaluasi terhadap atribut i
 n = jumlah atribut yang dimiliki objek

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini sebagian besar perempuan, yakni 89% responden. Sebelas persen responden yang lainnya merupakan responden laki-laki. Hal ini disebabkan karena perempuanlah yang lazimnya pergi ke pasar untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan umur, sebagian besar responden (34%) berumur antara 41 – 50 tahun. Kemudian responden yang berusia antara 31-40 tahun berjumlah 26%, responden yang berumur 20-30 tahun sebanyak 24%. Tiga belas persen responden berumur lebih dari 50 tahun dan tiga persen sisanya responden berumur kurang dari 20 tahun. Responden yang memiliki usia di atas 50 tahun berjumlah 22 %.

Sebagian besar responden dalam studi ini memiliki pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), yakni sebesar 52% responden. Responden dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi sebesar 22%, responden dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 15%, berpendidikan Sekolah Dasar sebesar 7% serta yang diploma sebesar 4%.

Mayoritas responden dalam penelitian ini pembeli di pasar Sampangan adalah penduduk yang berdomisili di Kota (96%) dan dari luar Kota Semarang sebesar 4%.

Tujuh puluh dua persen mayoritas responden bekerja di swasta, 22% responden bekerja beraneka jenis pekerjaan dan 6 % responden sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Dalam hal ini responden mayoritas berwiraswasta sebagai pedagang di mana responden kulakan di pasar sampangan, sedangkan pekerjaan yang digolongkan lain-lain ini meliputi ibu rumah tangga.

Berdasarkan informasi dari responden, 24% responden berpendapatan sebesar Rp. 500.000 – Rp 1.000.000. Berbeda tipis yaitu 23% responden berpendapatan sebesar Rp. 1.000.001 – Rp 1.500.000. Selanjutnya di posisi ketiga yaitu 20% responden berpendapatan kurang dari Rp. 500.000. Responden yang berpendapatan Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000 sebanyak 19% dan sisanya sebesar 14% responden berpendapatan lebih dari Rp. 2.000.000.

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Tempat Berbelanja

Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut (ei)

Penelitian ini ingin mengetahui atribut apa saja yang membentuk preferensi konsumen dalam memilih tempat berbelanja dan bagaimanakah tingkat kepentingan atribut tersebut. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut harga, lokasi, kelengkapan produk, iklan dan promosi, personil penjualan, pelayanan yang diberikan, atribut fisik, dan atmosfer tempat berbelanja.

Dalam penelitian ini, para responden yaitu konsumen di pasar Sampangan diminta untuk menilai tingkat kepentingan atribut dalam memilih tempat berbelanja. Dari

Tabel 1. Evaluasi Tingkat Kepentingan (ei) Atribut dalam Memilih Tempat Berbelanja

NO	Atribut	R a t a - Rata (ei)
1	Atribut Harga	1.84
2	Atribut Lokasi	1.62
3	Atribut Kelengkapan Produk	1.29
4	Atribut Iklan dan Promosi	0.51
5	Atribut Personil Penjualan	1.30
6	Atribut Pelayanan	1.64
7	Atribut Fisik	1.31
8	Atmosfer Tempat Berbelanja	1.42

Sumber: data penelitian diolah (2012)

hasil penelitian tersebut, diperoleh data mengenai tingkat kepentingan atribut dalam memilih tempat berbelanja, dapat dilihat pada tabel 1

Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai rata-rata tingkat kepentingan masing-masing atribut sesuai urutan dari atribut yang terpenting adalah atribut harga, atribut pelayanan, atribut lokasi, atribut atmosfer tempat berbelanja, atribut fisik, atribut personil penjualan, atribut kelengkapan produk, serta atribut iklan dan promosi.

murah. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa faktor tawar menawar harga merupakan indikator yang paling dominan dalam atribut harga. Disusul kemudian indikator harga yang murah, kesesuaian harga dengan kualitas, dan potongan harga. Hal ini dapat dilihat pada tabel 2 bahwa tawar menawar harga di pasar tradisional bisa menjadi faktor penarik orang untuk berbelanja di pasar tradisional.

Atribut pelayanan menempati urutan kedua

Tabel 2. Evaluasi Tingkat Kepentingan Harga.

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan;					Jumlah	Rata-Rata (ei)
		+2=sangat penting; -2=tidak penting						
		+2	+1	0	-1	-2		
	HARGA							
1	Harga yang Murah	87	12	1			100	1.86
2	Potongan Harga	80	19	1			100	1.79
3	Tawar menawar harga	93	6	1			100	1.92
4	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	82	17		1		100	1.80
	Rata-Rata Atribut Harga							1.84

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa harga merupakan faktor terpenting bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Hal ini dapat dikatakan bahwa konsumen masih sensitif terhadap harga. Perbedaan harga yang sedikit bisa menyebabkan konsumen berpindah tempat berbelanja mencari tempat yang paling

pada evaluasi tingkat kepentingan atribut. Hal ini berarti dalam memilih tempat belanja, konsumen juga memperhatikan faktor pelayanan yang diberikan oleh pedagang. Atribut pelayanan ini dapat dilihat dari dua indikator yaitu kecepatan layanan dan etika dalam pelayanan.

Tabel 3. Evaluasi Tingkat Kepentingan Pelayanan yang Diberikan

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan;						Rata-Rata (ei)
		+2=sangat penting; -2=tidak penting						
		+2	+1	0	-1	-2		
	PELAYANAN YANG DIBERIKAN							
1	Kecepatan Layanan	71	27	2			100	1.69
2	Etika dalam pelayanan	65	28	7			100	1.58
	Rata-Rata Atribut Pelayanan							1.64

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden, indikator kecepatan dalam layanan merupakan faktor yang sangat penting dalam pelayanan disusul kemudian etika dalam layanan. Hal ini berarti bahwa konsumen cenderung untuk memilih tempat berbelanja yang memberikan pelayanan secara cepat dan tepat karena akan lebih efisien waktu.

Dalam evaluasi tingkat kepentingan atribut dalam memilih tempat berbelanja, responden menempatkan lokasi tempat berbelanja pada urutan ketiga. Atribut

skor tingkat kepentingan (ei) paling besar. Berdasarkan nilai rata-rata evaluasi tingkat kepentingan atribut (ei), atribut atmosfer tempat berbelanja berada pada urutan ke-4. Atmosfer tempat berbelanja dinilai dari keamanan pasar yang terjamin dan penataan pasar yang rapi.

Atribut fisik tempat berbelanja juga cukup penting bagi responden dalam memilih tempat berbelanja. Atribut fisik ini dinilai dari indikator tempat yang menarik, kebersihan pasar, luas kios yang memadai, pengaturan cahaya dan fasilitas umum yang

Tabel 4. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Lokasi

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan; +2=sangat penting; -2=tidak penting					Rata-Rata (ei)
		+2	+1	0	-1	-2	
	LOKASI						
1	Jarak Pasar dengan Tempat Tinggal	51	41	8			1.43
2	Transportasi	71	28	1			1.70
3	Lokasi pasar terjangkau kendaraan umum	73	26	1			1.72

Sumber: data penelitian diolah (2012)

lokasi masih dianggap penting meskipun saat ini permasalahan jarak bisa diatasi dengan adanya berbagai transportasi. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden, diketahui bahwa indikator lokasi pasar yang terjangkau oleh kendaraan umum mempunyai rata-rata

memadai. Diantara indikator-indikator tersebut, kebersihan pasar memiliki nilai rata-rata (ei) yang tertinggi, tapi secara umum rata-rata semua indikator hampir sama. Oleh karena itu dapat disimpulkan atribut fisik juga penting bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

Tabel 5. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Atmosfer Tempat Berbelanja

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan; +2=sangat penting; -2=tidak penting					Rata-Rata (ei)
		+2	+1	0	-1	-2	
	ATMOSFER TEMPAT BERBELANJA						
1	Keamanan pasar terjamin	61	27	10	2		1.47
2	Penataan pasar rapi	50	40	7	3		1.37
	Rata-Rata Atribut Atmosfer Tempat Berbelanja						1.42

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Tabel 6. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Fisik

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan; +2=sangat penting; -2=tidak penting						Rata-Rata (ei)
		+2	+1	0	-1	-2		
	ATRIBUT FISIK							
1	Tempat yang menarik	47	40	11	2		100	1.32
2	kebersihan pasar	46	44	8	1	1	100	1.33
3	Luas kios memadai	47	37	15	1		100	1.30
4	Pengaturan cahaya memadai	41	48	10	1		100	1.29
5	Fasilitas umum memadai	46	40	11	3		100	1.29
	Rata-Rata Atribut Fisik							1.31

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Atribut personil penjualan juga menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Hal ini dibuktikan dengan skor rata-rata evaluasi atribut yang lebih dari +1 (1,30). Atribut personil penjualan dapat dinilai dari pengetahuan terhadap barang yang dijual, keterampilan merespon pembeli dan tampilan fisik pedagang. Masing-masing indikator tersebut juga memberikan nilai rata-rata evaluasi kepentingan atribut (ei) lebih dari +1. Hal ini berarti bahwa indikator-indikator tersebut dinilai penting oleh konsumen.

bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Atribut kelengkapan produk ini dinilai dari indikator jenis barang, jumlah barang, kualitas barang, merk barang, penggolongan barang dan kerapian pembungkus barang dagangan. Masing-masing indikator memberikan nilai rata-rata kepentingan diatas +1 kecuali indikator kerapian pembungkusan barang. Konsumen tidak begitu memperhatikan kerapian pembungkusan pada barang dagangan.

Tabel 7. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Personil Penjualan

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan; +2=sangat penting; -2=tidak penting						Rata-Rata (ei)
		+2	+1	0	-1	-2		
		+2	+1	0	-1	-2		
	PERSONIL PENJUALAN							
1	Pengetahuan thp barang yg dijual	54	32	12	2		100	1.38
2	Keterampilan merespon pembeli	46	39	10	5		100	1.26
3	Tampilan fisik pedagang	41	48	7	4		100	1.26
	Rata-Rata Atribut Personil Penjualan							1.30

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Berdasarkan hasil penelitian, atribut kelengkapan produk memiliki nilai rata-rata skor tingkat kepentingan atribut sebesar 1,29. Hal ini berarti bahwa atribut kelengkapan produk cukup penting

Berdasarkan hasil penilaian evaluasi tingkat kepentingan atribut dalam memilih tempat untuk berbelanja, atribut iklan dan promosi berada pada urutan terakhir diantara atribut

Tabel 8. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Kelengkapan Produk

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan; +2=sangat penting; -2=tidak penting						Rata-Rata (ei)
		+2	+1	0	-1	-2		
		+2	+1	0	-1	-2		
	KELENGKAPAN PRODUK							
1	Jenis barang sesuai kebutuhan	62	34	4			100	1.58
2	Jumlah barang sesuai kebutuhan	53	44	3			100	1.50
3	Kualitas barang sesuai keinginan	55	35	10			100	1.45
4	Merk barang sesuai kebutuhan	45	37	14	3	1	100	1.22
5	Penggolongan barang sesuai jenis	39	39	14	3	5	100	1.04
6	Kerapian pembungkusan barang	34	38	17	8	3	100	0.92
	Rata-Rata Atribut Kelengkapan Produk							1.29

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Tabel 9. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Iklan dan Promosi

NO	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan;						Rata-Rata (ei)
		+2=sangat penting; -2=tidak penting						
		+2	+1	0	-1	-2		
	IKLAN DAN PROMOSI							
1	Promosi oleh dinas pasar	27	16	17	21	19	100	0.11
2	Promosi untuk berbelanja	35	30	10	17	8	100	0.67
3	THR bagi pembeli	30	39	10	17	4	100	0.74
	Rata-Rata Atribut Iklan dan Promosi							0.51

Sumber: data penelitian diolah (2012)

yang lain. Hal ini berarti para responden menganggap iklan dan promosi yang diberikan oleh penjual atau dinas pasar bukan faktor yang sangat penting. Indikator yang dinilai adalah promosi oleh dinas pasar, promosi untuk berbelanja dan THR bagi pembeli.

Evaluasi Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Produk

Setelah mengetahui evaluasi tingkat kepentingan (ei) tiap atribut, maka peneliti melakukan evaluasi tingkat kepercayaan (bi) atribut produk pada pasar sampangan lama (sebelum relokasi penjualan) dan pasca relokasi penjualan. Evaluasi tingkat kepercayaan disini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap pasar sampangan lama pada tiap atribut.

Tabel 10. Frekuensi Skor Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Pasar Sampangan Lama

NO	Atribut	Rata-Rata (bi) Pasar Lama
1	Atribut Harga	1.02
2	Atribut Lokasi	1.47
3	Atribut Kelengkapan Produk	0.86
4	Atribut Iklan dan Promosi	-0.10
5	Atribut Personil Penjualan	1.18
6	Atribut Pelayanan	1.38
7	Atribut Fisik	-0.15
8	Atribut Atmosfer Tempat Berbelanja	-0.19

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Berdasarkan perhitungan rata-rata skor tingkat kepercayaan (bi) diatas diketahui bahwa ada 5 (lima) atribut yang bernilai

positif (+) dan 3 (tiga) atribut bernilai negatif. Atribut-atribut yang memiliki rata-rata skor positif, berarti bahwa atribut-atribut pada pasar sampangan lama tersebut dinilai sudah bagus. Begitu pula sebaliknya, atribut yang memiliki nilai negatif berarti atribut pada pasar sampangan lama tersebut dinilai masih kurang baik. Atribut yang memiliki skor positif dari skor yang tertinggi adalah atribut lokasi dengan skor rata-rata 1.47; atribut pelayanan dengan skor rata-rata 1.38; atribut personil penjualan dengan skor rata-rata 1.18 dan atribut harga dengan skor rata-rata 1.02.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa konsumen percaya bahwa lokasi pasar sampangan lama tersebut sangat strategis. Hal ini karena memang lokasi pasar sampangan lama berada di persimpangan jalan Sampangan yang sangat ramai. Pembeli juga menilai bahwa pelayanan di pasar sampangan sudah baik, baik dalam hal etika pelayanan maupun kecepatan layanan. Dalam memberikan pelayanan, personil penjualan juga dinilai sudah baik karena pedagang memiliki pengetahuan barang dagangan, keterampilan merespon pembeli dan tampilan fisik pedagang baik. Harga di Pasar Sampangan lama tersebut juga dinilai relatif murah untuk ukuran konsumen. Meskipun menurut responden, jarang ada potongan harga tetapi ada tawar menawar harga antara pedagang dengan pembeli.

Atribut yang memiliki skor negatif dari skor yang terendah adalah atribut atmosfer tempat berbelanja dengan skor rata-rata -1.19; atribut fisik dengan skor rata-rata -1.15; atribut iklan dan promosi dengan skor rata-rata -1.10. Hal ini berarti konsumen

menilai bahwa atmosfer tempat berbelanja Pasar Sampangan lama kurang mendukung proses jual beli. Hal ini terutama dinilai dari penataan pasar yang dinilai belum rapi. Atribut fisik pasar juga dinilai kurang baik terutama dalam hal tempat yang kurang menarik, kebersihan dan fasilitas pasar yang belum memadai. Iklan dan promosi juga dinilai masih kurang meskipun pedagang telah memberikan THR pada para pelanggannya.

Berbeda dengan hasil analisis tingkat kepercayaan (bi) atribut pasar Sampangan lama, pada analisis yang dilakukan di Pasar Sampangan baru hampir seluruh atribut bernilai positif kecuali atribut iklan dan promosi yang bernilai negatif. Hal ini dapat dikatakan bahwa hampir semua atribut dipercaya konsumen baik kecuali atribut iklan dan promosi.

Jika dibandingkan dengan analisis sebelumnya terjadi perbedaan yang sangat tajam pada penilaian atribut fisik dan atribut atmosfer tempat berbelanja. Pada Pasar Sampangan lama, kedua atribut ini bernilai negatif, sedangkan pada Pasar Sampangan Baru kedua atribut ini bernilai positif. Hal

Tabel 11. Frekuensi Skor Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Pasar Sampangan Baru

NO	Atribut	Rata-Rata (bi) Pasar Baru
1	Atribut Harga	0.97
2	Atribut Lokasi	1.33
3	Atribut Kelengkapan Produk	1.12
4	Atribut Iklan dan Promosi	-0.15
5	Atribut Personil Penjualan	1.22
6	Atribut Pelayanan	1.48
7	Atribut Fisik	1.36
8	Atribut Atmosfer Tempat Berbelanja	1.51

Sumber: data penelitian diolah (2012)

ini berarti bahwa setelah adanya relokasi penjualan, konsumen menilai bahwa atribut fisik dan atribut atmosfer berbelanja Pasar Sampangan yang baru dinilai jauh lebih baik.

Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pasar Sampangan Sebelum dan Setelah Relokasi Penjualan

Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk (jasa) Pasar Sampangan, dilakukan analisis sikap multi atribut Fishbein. Pada analisis ini ada dua komponen yang digunakan, yaitu perhitungan skor evaluasi kepentingan (ei) tiap atribut dan menghitung skor kepercayaan (bi) pada atribut tersebut. Masing-masing komponen ini telah dibahas pada sub bab sebelumnya. Pada sub bab ini akan diperoleh perhitungan dengan model atribut Fishbein, dimana akan dibandingkan antara sikap konsumen terhadap Pasar Sampangan sebelum relokasi dengan Pasar Sampangan baru setelah adanya relokasi penjualan.

Berdasarkan perhitungan analisis sikap multiatribut Fishbein tersebut diketahui bahwa secara umum konsumen lebih menyukai Pasar Sampangan baru (pasca relokasi) dibandingkan dengan Pasar Sampangan lama. Dengan kata lain konsumen menilai bahwa Pasar Sampangan Baru secara umum lebih baik dibandingkan yang lama. Hal ini bisa dilihat pada jumlah bi.ei secara keseluruhan untuk pasar Sampangan lama sebesar 38.57 dengan rata-rata 1.07, sedangkan pada Pasar Sampangan Baru nilai sikap multiatribut Fishbein sebesar 58.89 dengan rata-rata 1.64.

Responden lebih menyukai berbelanja di Pasar Sampangan baru dibandingkan yang

lama karena responden menilai secara umum atribut pasar Sampangan baru lebih baik dari atribut Pasar Sampangan lama. Dari delapan (8) atribut yang dinilai, ada lima (5) atribut pada Pasar Sampangan baru yang dinilai lebih baik dibandingkan Pasar Sampangan lama. Atribut-atribut tersebut adalah kelengkapan produk, personil penjualan, pelayanan yang diberikan, atribut fisik dan atmosfer tempat berbelanja.

Dari lima atribut tersebut, pada atribut atmosfer tempat berbelanja ada perbedaan penilaian yang sangat tajam antara sebelum relokasi dan pasca relokasi penjualan. Pada pasar Sampangan lama, nilai rata-rata ei.bi sebesar -0,26 sedangkan pada pasar Sampangan baru nilainya sebesar 2,14. Jadi dari penilaian negatif ke penilaian positif. Hal ini berarti atmosfer tempat berbelanja pada Pasar Sampangan baru pasca relokasi lebih nyaman dibandingkan pasar lama. Konsumen dan pedagang tenang dalam melakukan transaksi karena keamanan pasar terjamin. Kenyamanan juga dikarenakan penataan pasar yang jauh lebih rapi dibandingkan dengan sebelumnya. Pasar Sampangan baru terdiri dari 4 lantai, dimana sudah dikelompokkan jenis pedagang yang berjualan, sehingga konsumen mudah untuk mencari kebutuhannya.

Pada atribut fisik juga terjadi perbedaan penilaian yang sangat besar antara pasar Sampangan lama dengan Pasar Sampangan baru. Pada Pasar Sampangan lama, nilai rata-rata ei.bi sebesar -0,20 sedangkan pada Pasar Sampangan baru nilainya sebesar 1,78. Jadi dari penilaian negatif ke positif. Hal ini berarti atribut fisik pada

Tabel 12 Hasil Analisis Sikap Multi Atribut Fishbein Terhadap Pasar Sampangan Lama dan Baru

NO	Atribut	Skor Evaluasi Kepentingan (ei)	Skor Kepercayaan (bi)			
			Pasar Lama		Pasar Baru	
			bi	ei.bi	bi	ei.bi
A	HARGA					
1	Harga yang Murah	1.86	1.33	2.47	1.24	2.31
2	Potongan Harga	1.79	0.35	0.63	0.18	0.32
3	Tawar menawar harga	1.92	1.41	2.71	1.49	2.86
4	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	1.80	0.99	1.78	0.97	1.75
	Rata-Rata Atribut Harga	1.84	1.02	1.88	0.97	1.79
B	LOKASI					
1	Jarak Pasar dengan Tempat Tinggal	1.43	0.95	1.36	0.65	0.93
2	Transportasi	1.70	1.67	2.84	1.52	2.58
3	Lokasi pasar terjangkau kendaraan umum	1.72	1.80	3.10	1.83	3.15
	Rata-Rata Atribut Lokasi	1.62	1.47	2.38	1.33	2.16
C	KELENGKAPAN PRODUK					
1	Jenis barang sesuai kebutuhan	1.58	1.25	1.98	1.35	2.13
2	Jumlah barang sesuai kebutuhan	1.50	1.27	1.91	1.29	1.94
3	Kualitas barang sesuai keinginan	1.45	1.01	1.46	1.06	1.54
4	Merk barang sesuai kebutuhan	1.22	0.91	1.11	0.81	0.99
5	Penggolongan barang sesuai jenis	1.04	0.27	0.28	1.22	1.27
6	Kerapian pembungkusan barang	0.92	0.47	0.43	0.98	0.90
	Rata-Rata Atribut Kelengkapan Produk	1.29	0.86	1.11	1.12	1.44
D	IKLAN DAN PROMOSI					
1	Promosi oleh dinas pasar	0.11	-0.86	-0.09	-0.97	-0.11
2	Promosi untuk berbelanja	0.67	0.21	0.14	0.27	0.18
3	THR bagi pembeli	0.74	0.34	0.25	0.24	0.18
	Rata-Rata Atribut Iklan dan Promosi	0.51	-0.10	-0.05	-0.15	-0.08
E	PERSONIL PENJUALAN					
1	Pengetahuan thp barang yg dijual	1.38	1.35	1.86	1.37	1.89
2	Keterampilan merespon pembeli	1.26	1.19	1.50	1.17	1.47
3	Tampilan fisik pedagang	1.26	1.00	1.26	1.11	1.40
	Rata-Rata Atribut Personil Penjualan	1.30	1.18	1.53	1.22	1.58
F	PELAYANAN YANG DIBERIKAN					
1	Kecepatan Layanan	1.69	1.35	2.28	1.49	2.52
2	Etika dalam pelayanan	1.58	1.40	2.21	1.47	2.32
	Rata-Rata Atribut Pelayanan	1.64	1.38	2.25	1.48	2.42
G	ATRIBUT FISIK					
1	Tempat yang menarik	1.32	-0.68	-0.90	1.59	2.10
2	kebersihan pasar	1.33	-0.67	-0.89	1.42	1.89
3	Luas kios memadai	1.30	0.84	1.09	0.87	1.13
4	Pengaturan cahaya memadai	1.29	0.06	0.08	1.48	1.91
5	Fasilitas umum memadai	1.29	-0.32	-0.41	1.44	1.86
	Rata-Rata Atribut Fisik	1.31	-0.15	-0.20	1.36	1.78
H	ATMOSFER TEMPAT BERBELANJA					
1	Keamanan pasar terjamin	1.47	0.06	0.09	1.44	2.12
2	Penataan pasar rapi	1.37	-0.43	-0.59	1.57	2.15
	Rata-Rata Atribut Atmosfer Tempat Berbelanja	1.42	-0.19	-0.26	1.51	2.14
	Jumlah bi.ei			38.57		58.89
	Rata-rata bi.ei			1.07		1.64

Sumber: data penelitian diolah (2012)

Pasar Sampangan baru pasca relokasi lebih baik dibandingkan pasar lama. Hal ini memang jelas karena secara fisik, tampilan pasar sampangan baru jauh lebih baik. Indikatornya dapat dilihat dari tampilan pasar lebih menarik, lebih bersih, luas kios memadai, pengaturan cahaya memadai dan fasilitas umum yang mendukung.

Atribut kelengkapan produk, personil penjualan, pelayanan yang diberikan pada Pasar Sampangan baru juga dinilai lebih baik dibandingkan dengan pasar Sampangan lama. Tetapi berbeda dengan dua atribut sebelumnya atribut-atribut ini hanya terjadi perubahan nilai bukan perubahan arah kecenderungan dari positif ke negatif. Hal ini berarti perbedaan penilaian atribut-atribut ini tidaklah jauh berbeda.

Dari delapan (8) atribut yang dinilai, ada tiga (3) atribut pada Pasar Sampangan lama yang dinilai lebih baik dibandingkan Pasar Sampangan baru. Atribut-atribut tersebut adalah harga, lokasi serta iklan dan promosi.

Responden menilai atribut harga lebih murah pasar Sampangan lama dibandingkan dengan pasar yang baru. Hal ini bisa disebabkan karena memang harga saat ini sudah berbeda dengan waktu dulu ketika masih di pasar lama, atau memang karena tempatnya yang lebih baik maka pedagang menaikkan harga jualnya.

Lokasi pasar lama juga dinilai lebih strategis karena terletak di persimpangan jalur yang dilalui dari berbagai arah di Sampangan. Meskipun demikian, faktanya pasar baru juga letaknya strategis di depan pom bensin Sampangan yang ramai dilalui orang. Jadi

berdasarkan analisis multi atribut Fishbein baik pasar sampangan lama atau baru letaknya strategis.

Berdasarkan analisis multi atribut Fishbein, atribut iklan dan promosi pada pasar sampangan lama dan baru sama-sama mendapatkan skor negatif. Untuk itu masih diperlukan upaya mempromosikan pasar bagi kalangan masyarakat.

SIMPULAN

Sikap konsumen terhadap atribut tempat berbelanja berdasarkan evaluasi tingkat kepentingan atribut sangat dipengaruhi oleh harga, kecepatan pelayanan, lokasi, atmosfer dan kondisi fisik tempat berbelanja serta kelengkapan produk dan promosi.

Berdasarkan hasil evaluasi tingkat kepercayaan atribut produk, konsumen menilai bahwa pelayanan di pasar sampangan lama sudah baik, baik dalam hal etika pelayanan maupun kecepatan layanan dan harga. Namun pada aspek atmosfer dan kondisi fisik tempat berbelanja Pasar Sampangan lama kurang mendukung proses jual beli. Hal ini terutama dinilai dari penataan pasar yang dinilai belum rapi. Berbeda dengan hasil analisis tingkat kepercayaan (bi) atribut pasar Sampangan lama, pada analisis yang dilakukan di Pasar Sampangan baru hampir seluruh atribut bernilai positif (+) kecuali atribut iklan dan promosi yang bernilai negatif (-). Hal ini dapat dikatakan bahwa sudah hampir semua atribut dipercaya konsumen sudah baik kecuali atribut iklan dan promosi.

Berdasarkan perhitungan analisis sikap multiatribut Fishbein tersebut diketahui bahwa secara umum konsumen lebih

menyukai Pasar Sampangan baru (pasca relokasi) dibandingkan dengan Pasar Sampangan lama. Dengan kata lain konsumen menilai bahwa Pasar Sampangan Baru secara umum lebih baik dibandingkan yang lama.

Berdasarkan perhitungan analisis sikap multiatribut Fishbein iklan dan promosi dinilai negatif oleh para konsumen sehingga perlu adanya peningkatan kualitas dan kuantitas iklan dan promosi pada pasar sampangan baru untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat pada pasar tradisional tersebut.

Daftar pustaka

- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2009). *Semarang dalam Angka Tahun 2009*.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Devi, Ratna. 2012. *Revitalisasi Pasar Tradisional pada Masyarakat Modern*. Kajian Jurusan Sosiologi FISIP UNS.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior*. 8th Ed. Forth Worth, Texas: The Dryden Press.
- Kondisi Umum Kota Semarang. Available at www.semarangkota.go.id (diakses 23/3/2011)
- Leksono. S., 2009. *Runtuhnya Modal Sosial pasar Tradisional*. CV. Citra. Malang
- Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. 4th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Mark Granovetter. 1985. Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. Cambridge
- Mark Granovetter & Richard Swedberg, 1992. *The Sociology of Economic Life*. Westview Press. Boulder. San Francisco. Oxford.
- Masterplan Perpasaran Kota Semarang. Available at www.semarangkota.go.id (diakses 23/3/2011).
- Max Weber. 1978. *Economy and Society*. Vol 2 Edited and Translated in part by Guenther Roth and Claus Wittich. Bedminister. New York.
- Mowen, J.C & Minor, M. (1999). *Consumer behavior*. 5th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Muttaqin, Muhammad Jamal dan Dwi Endah Kusrini, 2011. *Market Potential Research Untuk Pasar Tradisional PD Pasar Surya di Surabaya Selatan*. Jurusan Statistika FMIPA-ITS.
- Pujiastuti, Endah. (2009). *Analisis Variabel Pembentuk Persepsi Konsumen Pada Ritel Hypermarket Di Lebak Bulus*. Universitas Gunadarma.
- Rencana Strategis Dinas Pasar Kota Semarang. Available at www.semarangkota.go.id (diakses 23/3/2011)
- Rizal, A. (1997). *Analisis Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli Ayam Goreng*

- Tradisional di Semarang*. Tesis Magister. Program Pascasarjana IPB.
- Sampangan Jadi Pasar Percontohan*. Available at (<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2012/01/30/175362/sampangan-jadi-pasar-percontohan>) (diakses 30/01/2012)
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen* Edisi ketujuh. Jakarta: PT Indeks.
- Sembiring, C. F. (1997). *Analisis Sikap Konsumen dan Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran Produk Sosis*. Tesis Magister. Program Pascasarjana IPB
- Setiadi, Y. (2000). *Analisis Preferensi Konsumen Bakso Ikan di DKI Jakarta dan Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran UD. Jaya Bersama*. Tesis Magister. Program Pasca Sarjana IPB.
- Soenarya, S. Y. (2000). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Dodol Garut (Studi Kasus pada PD. Citra)*. Tesis Magister. Program Pasca Sarjana IPB.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2000). Analisis Sikap Multiatribut Fishbein terhadap Produk Biskuit Sandwich Coklat. *Media Gizi dan Keluarga* Tahun XXIV, No.2 Desember 2000.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Dampak Set Peluang Investasi Terhadap *Cost Of Equity Capital* Pada Perusahaan Publik di Indonesia

Sri Hermuningsih

Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

hermun_feust@yahoo.co.id

Abstract

The purpose of this study demonstrate the influence of Investment Opportunity Set to Cost Of Equity Capital companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study are all companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2008 to 2010. Sample selection by using purposive sampling number of 107 companies. Hypothesis testing by Structural Equation Model (SEM) These findings showed that the Investment Opportunity Set have a significant negative impact on Cost Of Equity Capital

Keywords: *Set Peluang Investasi, Cost Of Equity Capital*

PENDAHULUAN

Myers (1977) memperkenalkan set peluang investasi (*investment opportunity set* = IOS) dalam kaitannya untuk mencapai tujuan perusahaan. Esensi pertumbuhan bagi suatu perusahaan adalah adanya kesempatan investasi yang dapat menghasilkan keuntungan (Chung & Charoenwong 1991). Menurut Gaver & Gaver (1993), pilihan-pilihan pertumbuhan (*growth options*) bagi suatu perusahaan merupakan sesuatu yang secara melekat bersifat tidak dapat diobservasi (*inherently unobservable*). Karena sifatnya yang tidak dapat diobservasi, IOS memerlukan sebuah proksi (Hartono 1999). Nilai IOS dapat dihitung dengan kombinasi berbagai jenis proksi yang mengimplikasikan nilai aktiva di tempat yaitu berupa nilai buku aktiva maupun ekuitas dan nilai kesempatan untuk bertumbuh bagi suatu perusahaan di masa depan.

Beberapa bentuk proksi IOS yang digunakan dalam beberapa penelitian yaitu antara lain: 1) Menggunakan sebuah rasio saja sebagai proksi IOS dalam model penelitiannya, misalnya BE/MVE (*book to market value ratio*) yaitu rasio nilai buku ekuitas terhadap nilai pasar ekuitas (Collins dan Kothari, 1989), 2). Menggunakan metoda statistik analisis faktor untuk memperoleh skor factor sebagai indeks umum IOS (Gaver & Gaver 1993), serta menggunakan ranking skor factor tersebut untuk mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan bertumbuh dan tidak bertumbuh (Gaver & Gaver 1993; Sami *et al.* 1999); dan 3). Melakukan analisis sensitivitas terhadap beberapa rasio individual sebagai alternatif proksi IOS dan kemudian membentuk variabel instrumental sebagai alternatif lain proksi IOS (Smith & Watts 1992; Hartono 1999). Beberapa bentuk proksi IOS telah terbukti memiliki hubungan dengan kebijakan

pendanaan dan kebijakan dividen.

Hasil penelitian Smith & Watts (1992) Beberapa bentuk proksi IOS telah terbukti memiliki hubungan dengan kebijakan pendanaan dan kebijakan dividen. Hasil penelitian Smith & Watts (1992) dan Gaver & Gaver (1993) menunjukkan bahwa level IOS yang bervariasi antar perusahaan merupakan salah satu penentu perbedaan keputusan kebijakan pendanaan dan dividen antar perusahaan, yaitu perusahaan yang bertumbuh cenderung memiliki rasio hutang dalam struktur modal (*leverage*) dan pembagian dividen yang relatif lebih rendah dibandingkan perusahaan tidak bertumbuh.

Berbagai penelitian tentang IOS telah berhasil membuktikan bahwa IOS merupakan proksi realisasi pertumbuhan perusahaan dan berhubungan dengan berbagai variabel kebijaksanaan perusahaan, yaitu antara lain kebijakan pendanaan atau struktur utang, kebijakan dividen, kebijakan *leasing*, dan kebijakan kompensasi. Sami *et al.* (1999) menunjukkan bahwa teori IOS memiliki *explanatory power* yang lebih tinggi dalam hal kebijakan pendanaan dan kompensasi daripada aspek dividen. Pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah apakah nilai IOS sebagai proksi pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan dan korelasi yang tinggi dengan reaksi pasar yang direspon oleh para investor melalui perubahan return saham. Proksi IOS yang diuji nilai korelasinya dalam penelitian ini adalah proksi IOS model rasio, yaitu *market to book value ratio* yang telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya sebagai variabel yang paling valid sebagai proksi pertumbuhan.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan melaporkan secara sukarela kepada pasar modal agar investor mau menginvestasikan dananya Andayani (2002). Untuk mendapatkan dana dari para investor, pihak manajemen bersedia memberikan informasi keuangan secara sukarela. Hal tersebut merupakan sinyal yang diberikan dapat berupa pengungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi, agar meresponnya sehingga meningkatkan nilai saham. Opsi investasi dimasa mendatang terkait dengan tingkat pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan diharapkan memberikan aspek yang positif bagi perusahaan seperti adanya suatu kesempatan berinvestasi di masa mendatang. Smith dan Watts (1992) menyatakan bahwa peluang pertumbuhan perusahaan tersebut terlihat pada kesempatan investasi yang diprosikan dengan berbagai macam kombinasi nilai IOS. Perusahaan yang tumbuh tidak selalu merupakan perusahaan kecil yang sedang aktif melakukan penelitian dan pengembangan. Perusahaan kecil sering menghadapi keterbatasan pilihan dalam menentukan dan menjalankan proyek baru atau ketika hendak merestrukturisasi aset yang ada. Perusahaan yang besar cenderung mendominasi pasar dalam industrinya (Mueller 1986, dalam gaver & Gaver (1993), sehingga seringkali perusahaan besar memiliki keunggulan kompetitif dalam mengeksplorasi kesempatan investasi yang muncul.

Beberapa studi yang dilakukan dalam hubungannya dengan keputusan investasi antara lain oleh Myers (1977) yang memperkenalkan *IOS*. *IOS* memberi

petunjuk yang lebih luas dimana nilai perusahaan tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa yang akan datang. Jadi prospek perusahaan dapat ditaksir dari *IO*). Menurut Gaver dan Gaver (1993), *IOS* merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran-pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, di mana pada saat ini merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan *return* yang lebih besar. Dari pendapat ini sejalan dengan Smith dan watts (1992) bahwa komponen nilai perusahaan merupakan hasil dari pilihan-pilihan untuk membuat investasi di masa yang akan datang merupakan *IOS*. Pada umumnya, manajer memiliki kemampuan untuk mengungkapkan informasi lebih banyak ketika perusahaan memiliki prospek pendapatan yang lebih baik atau peluang pertumbuhan.

Dalam kondisi ini, investor pada sisi lain, cenderung memiliki permintaan besar informasi tentang perusahaan untuk menilai nilai perusahaan, akibatnya biaya agensi meningkat (Myers 1977, dalam Cahan & Hossain 1996). Hal ini menjadi dasar dugaan bahwa tingkat *IOS* menjelaskan variasi kebijakan perusahaan, diantaranya kebijakan deviden perusahaan dan struktur modal. Mulyani, menemukan bahwa ada interaksi antara *IOS* dengan struktur kepemilikan yang mempengaruhi kebijakan struktur modal. Cahan dan Hossain (1996), menemukan asosiasi antara *IOS* dengan kebijakan *Disclosure*.

Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi dan *IOS* yang besar memungkinkan untuk melakukan pengungkapan yang tinggi. Perusahaan dengan tingkat

kesempatan pertumbuhan potensial yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang dan kapitalisasi pasar yang tinggi sehingga memungkinkan perusahaan untuk memiliki biaya modal yang rendah. Oleh sebab itu tingkat kesempatan pertumbuhan memiliki hubungan negatif terhadap *COEC*, maka semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin rendah *COEC*.

Manajer mengurangi konflik yang terjadi antara *debtholder* dengan pemegang saham dengan memberikan *disclosure* mengenai prospek mendatang melalui media masa, pertemuan tahun, diskusi umum atau privat dengan analisis financial atau pada laporan tahun intern, karena laporan tahun diharapkan memiliki peran yang lebih penting sebagai alat komunikasi. Pada umumnya manajer-manajer cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak dalam usahanya untuk menarik investor potensial. Masalah agensi yang berhubungan dengan pengeluaran sekuritas baru menyatakan bahwa kebutuhan untuk meningkatkan modal baru dapat memiliki dampak pada kepuasan untuk mengeluarkan informasi prospektif. Biaya agensi antara pemegang saham dan manajer meningkat dengan jumlah pemegang saham luar (Fama dan Jensen, 1983; Mc Kinnon dan Dlimunthe 1993), digunakan kepemilikan public dalam rangka mempertahankan hubungan positif antara *IOS* dan peluang-peluang pertumbuhan, sehingga memfasilitasi struktur yang dapat diinterpretasikan. Jika biaya agen minimal seperti pada korporasi tertutup, maka tidak mungkin untuk mendeteksi pengaruh-pengaruh

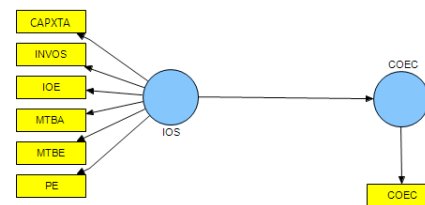
yang berhubungan dengan IOS. Manajer perusahaan berusaha meminimalkan biaya agen dengan mengungkapkan berbagai informasi mengenai perusahaan secara sukarela. Cahan dan Hosain (1995), untuk mengurangi konflik antara pemegang saham dengan *debtholder* manajer melaporkan *disclosure* mengenai prospek mendatang perusahaan tersebut.

Amurwani (2006), menunjukkan bahwa pengungkapan sukarela perusahaan, informasi asimetri dan beta berpengaruh terhadap biaya modal ekuitas. Lebih khusus lagi, hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan memoderasi hubungan antara informasi asimetri dan biaya modal ekuitas, tetapi ukuran tidak signifikan memoderasi hubungan antara tingkat pengungkapan sukarela perusahaan dan biaya modal ekuitas.

Peavy and Goodman (1985), menemukan *Price Earning ratio* (P/E rasio) mempunyai hubungan terbalik dengan *cost of equity capital*, artinya P/E meningkat akan menurunkan *cost of equity capital*. Fama dan French (1992), menemukan *Market-to-book equity*, mempunyai hubungan negatif dengan *cost of equity capital*. Firer (1993), Chowdhry and Titman (2001) menemukan P/E rasio meningkat akan menurunkan *cost of equity capital*.

Easton (2003), rasio *Price Earning Growth* dengan P/E rasio memiliki korelasi negatif dengan *cost of equity*. Kim *et al.*, (2004), menyatakan *earning per share* yang tinggi mengurangi *cost of equity capital*.

Model Penelitian



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2010. Sedangkan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini diperoleh sampel sejumlah 107 perusahaan.

Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Set peluang investasi

Proksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Rasio nilai pasar aktiva terhadap nilai bukunya/ *Market to Books Total Assets* (MTBA) = [nilai buku hutang + (lembar saham yang beredar x harga saham)] / Total aktiva
2. Rasio nilai pasar ekuitas terhadap nilai bukunya/ *Market to Books Total Equity* (MTBE) = (jumlah lembar saham yang beredar x harga saham) / Total ekuitas
3. Rasio harga saham terhadap laba per lembar saham/ *Price Earning Ratio* (PE) = harga saham / laba per lembar saham.
4. Rasio investasi terhadap penjualan/ *Investment to Sales* (INVOS) = Total aktiva tetap berujud/penjualan bersih.

5. Rasio investasi terhadap laba/ *Investment to Earning* (IOE) = Total aktiva tetap berujud/laba bersih
6. Rasio pengeluaran modal terhadap nilai buku total aktiva/ *Investment to Total Assets* (CAPXTA) = perubahan aktiva tetap / total nilai buku aktiva

Cost of Equity Capital

Cost of Equity Capital merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang memperoleh dana dengan menjual saham biasa atau menggunakan laba yang ditahan untuk investasi. Dalam penelitian ini perhitungan *Cost of Equity Capital* setiap perusahaan sampel dengan menggunakan metode *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) dengan rumus :

$$COEC = R_f + \beta (R_m - R_f) \dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

COEC = estimasi *Cost of Equity Capital*,

R_f = *Risk Free Rate* (R_f), merupakan tingkat *return* yang diperoleh dari investasi pada aktiva bebas risiko (*riskless asset*). Di Indonesia yang dijadikan dasar untuk menghitung R_f adalah tingkat suku bunga Sertifikat Bank Indonesia (SBI).

R_m = *Market return* yang akan diperoleh investor dari investasi pada saham-saham yang tercermin dari perubahan indeks harga untuk periode tertentu. Indeks harga yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Indeks Harga Saham LQ45

β = beta pasar, risiko yang berkaitan dengan keadaan pasar

Beta saham dihitung dengan rumus *Single Index Model* dengan menggunakan SPSS 17,0: Metode Scholes-William. Persamaan regresi yang digunakan untuk memperoleh koefisien regresi *return* saham terhadap *return* pasar adalah sebagai berikut (Yogiyanto, 2006):

$$R_{i,t} = \alpha_i + \beta_i (R_{mt}) + \varepsilon$$

dimana,

$R_{i,t}$ = *return* saham i pada hari t

α_i = nilai ekseptasi dari *return* sekuritas yang independent terhadap *return* pasar

β_i = merupakan koefisien yang mengukur R_i akibat perubahan R_m

R_{mt} = tingkat *return* dari indeks pasar juga merupakan suatu variabel acak

ε_i = kesalahan residu yang merupakan variabel acak dengan nilai ekseptasinya sama dengan nol atau $E(\varepsilon_i) = 0$ Koreksi beta saham

Teknik Analisis

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan pilihan taraf alpha 5%, dengan menggunakan program *SmartPLS* Adapun Persamaan Struktural, sebagai berikut:

$$COEC = \beta_{1,1}.IOS + \beta_{1,1}.FL + \varepsilon$$

Keterangan :

COEC = *Cost Of Equity Capital*

IOS = *Investment Opportunity Set*

FL = *Financial Leverage*

ε = Residual atas *Cost Of Equity Capital*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keputusan Investasi adalah keputusan perusahaan mengenai penentuan kombinasi

aktiva yang dimiliki dan pilihan investasi di masa yang akan datang Untuk mengetahui apakah indikator tersebut dapat digunakan sebagai indikator keputusan investasi, dapat diamati dari nilai *loading factor* atau koefisien lamda (λ) yang dapat dilihat pada Tabel 1. Nilai loading faktor indikator keputusan investasi menunjukkan nilai diatas nilai kritis sebesar 0,30 (Bachrudin dan Tobing, 2003) dengan demikian semua indikator bermakna sebagai indikator yang membentuk variable keputusan investasi.

Secara berurutan nilai *loading factor* menunjukkan bahwa MTBE memiliki *loading factor* 0.796, MTBA memiliki *loading factor* 0.656 INVOS memiliki *loading factor* 0.641. PE memiliki *loading factor* 0.622. MTBE merupakan indikator yang paling kuat dalam menjelaskan variabel keputusan investasi karena memiliki *loading faktor* 0.793168. Nilai *loading factor* yang melebihi dari 0,50 dikatakan sangat bermakna pada pembentukan suatu variabel laten. Artinya, keputusan investasi mempunyai dampak yang paling kuat pada keempat indikator keputusan investasi tersebut.

Urutan kedua, MTBA memiliki *loading factor* 0.656 dapat menjelaskan variabel laten keputusan investasi. Urutan ketiga INVOS memiliki *loading factor* 0.641. Urutan keempat PE memiliki *loading factor* 0,622 Apabila dilihat dari R² sebesar 0.91349 yang dihasilkan melalui persamaan struktural yang dihasilkan SmartPLS, maka variabel laten keputusan investasi mampu menerangkan indikator dengan persentase terbesar secara berurutan.

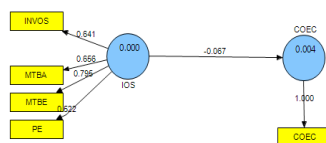
Tabel 1: *Loading Factor* Nilai Keputusan Investasi

Indikator variabel	<i>Loading factor</i>	t - Value	t-tabel	Keterangan
INVOS	0.641	5.778140	1,653	Signifikan
MTBA	0.656	2.850637	1,653	Signifikan
MTBE	0.796	7.190387	1,653	Signifikan
PE	0.622	3.655543	1,653	Signifikan

Keputusan investasi yang dilakukan perusahaan dilihat dari indikator-indikator yang dianggap penting dalam pengambilan keputusan perusahaan adalah indikator yang mencerminkan kesempatan investasi di masa yang akan datang (*investment opportunity*). Dalam penelitian ini keputusan investasi dibentuk melalui indikator kesempatan investasi di masa yang akan datang. Indikator kesempatan investasi di masa yang akan datang ada tiga, yaitu INVOS, MTBA, MTBE dan PE. Keempat indikator tersebut sangat signifikan dalam menjelaskan keputusan Investasi.

COEC sebagai dampak dari keputusan investasi yang dilakukan perusahaan diukur melalui empat indikator, yaitu INVOS, INVOS, MTBA, MTBE dan PE. Pengujian terhadap model struktural dievaluasi dengan menggunakan nilai *R-square* untuk konstruk dependen yang merupakan *goodness-fit* model dengan hasil analisis data yang diperoleh dari *calculated model*. *R-square* menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh Set Peluang Investasi (INVOS, PE, IOE) terhadap COEC memberikan nilai R square sebesar 0.091459, yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk COEC yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk IOS (MTBA, MTBE, INVOS, PE) adalah

9,1459 % sedangkan 91,359 % dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Hasil R^2 sebesar 9,1459 % mengindikasikan bahwa model memiliki *goodness of fit* “Lemah”. Berikut ringkasan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:



Tabel 2

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis Penelitian	T-Stat /T-Tabel	Hasil Pengujian Hipotesis
Set Peluang Investasi berpengaruh negatif terhadap <i>Cost of Equity Capital</i>		
MTBA	Nilai Koefisien sebesar 0.811610 T statistik 5.187889 > T Tabel 1,653	Terbukti
MTBE	Nilai Koefisien sebesar 0.763448 T statistik 5.420316 > T Tabel 1,653	Terbukti
INVOS	Nilai Koefisien sebesar 0.696586 T statistik 3.277196 > T Tabel 1,653	Terbukti
PE	Nilai Koefisien sebesar 0.696586 T statistik 3.655543 > T Tabel 1,653	Terbukti

Berdasarkan hasil pengujian secara empiris hipotesis dapat diketahui melalui

persamaan Struktural 4.1 yang merupakan hasil analisis data dengan menggunakan *Software SmartPls* Versi 2.0 sebagai berikut :

Persamaan Pengaruh Set Peluang Investasi terhadap *Cost of Equity Capital* sebagai berikut :

$$COEC = -0,283 \text{ IOS}$$

Berdasarkan pada persamaan struktural diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap *Cost of Equity Capital* ditunjukkan dengan nilai koefisien $-0,283$, suatu arah koefisien yang sesuai dengan pernyataan hipotesis bahwa *Investment Opportunity Set* berpengaruh negatif terhadap *Cost of Equity Capital*

SIMPULAN

Set Peluang Investasi (INVOS, PE dan IOE) berpengaruh negative terhadap terhadap COEC sebesar 9,1459%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti keputusan pendanaan, kebijakan dividen, faktor eksternal perusahaan seperti: tingkat inflasi, kurs mata uang, pertumbuhan ekonomi, politik, dan *psychology* pasar. Hasil R^2 sebesar 9,1459 % mengindikasikan bahwa model memiliki *goodness of fit* “Lemah”.

Berdasarkan analisis jalur diketahui bahwa variabel *Peluang Kesempatan Investasi* berpengaruh negatif terhadap *Cost of Equity Capital* nilainya sebesar $-0,283$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti

Daftar Pustaka

Aida Ainul Mardiyah.2004, Pengaruh Pengungkapan Sukarela dan Likuiditas Pasar Terhadap Hubungan antara Informasi Asimetrik dan *Cost of Equity Capital*, *Disertasi*

- Akhtaruddin, M. & Hossian, M. 2008, Investment Opportunity Set, Ownership Control and Voluntary Disclosures in Malaysia, *JOAAG*, Vol. 3. No. 2
- Aniek Amurwani. 2006, Pengaruh Luas Pengungkapan Sukarela Dan Asimetri Informasi Terhadap *Cost Of Equity Capital*. *Skripsi*.
- Bloomfield, R. J., & Wilks, T. J. (2000), Disclosure Effects in the Laboratory : Liquidity, Depth and the Cost of capital, *The Accounting Review*, vol. 75 (1), hal. 13-41.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston, 2001. Manajemen Keuangan, Edisi 8, Erlangga, Jakarta.
- Easton, P. 2004. PE Ratios, PEG Ratios, and Estimating the Implied Expected Rate of Return on Equity Capital, 79 *The Accounting Review* 79 73-95.
- Gaver J. Jennifer., dan Kenneth M. Gaver. 1993, Additional Evidence on the Association between the Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividen, and Compensation Policies, *Financial Management*, 24:19-32.
- Hanafi, M., Mamduh 2004. "Manajemen Keuangan", BPFE, Yogyakarta
- Hartono M, Jogyanto. 2000. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Keenam. Yogyakarta: BPFE
- Imam Subekti dan Indra W. Kusuma, 2000, *Assosiasi Antara Set Kesempatan Investasi dengan Kebijakan Pendanaan dan Dividen Perusahaan, Serta Implikasinya Pada Perubahan Harga Saham*, SNA IV, IAI, hal. 820-845
- Kallapur, Sanjay dan Mark A. Tombley, 1999, The Association Between Investment Opportunity Set Proxy and Realized Growth, *Journal of usinss Accounting* 26, April/May, 505519.
- Mahmud Hossain, Kamran Ahmed, Jayne M. Godfrey, 2005, Investment Opportunity Set and Voluntary Disclosure of Prospective Information: A Simultaneous Equations Approach, *Journal of Business Finance & Accounting*, [Volume 32, Issue 5-6](#), pages 871-907
- [Mahmud Hossain](#), [Steven F. Cahan](#), [Michael B. Adams](#), 2000, The Investment Opportunity Set and the Voluntary Use of Outside Directors: New Zealand Evidence , *Accounting and Business Research*, Vol. 30, No. 4, Pp. 263-273,
- [Steven F. Cahan](#) and [Mahmud Hossain](#), 1995 The investment opportunity set and disclosure policy choice: Some Malaysian evidence, [Asia Pacific Journal of Management](#) [Volume 13, Number 1](#), 65-85, DOI: 10.1007/BF01739682
- Smith, C. W. Jr., Watts, R. L., 1992. The investment opportunity set and corporate financing, dividend and compensation policies. *Journal of Financial Economics*, 32, 263- 292

Analisis Pengaruh Profesionalisme Terhadap Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, Prestasi Kerja Dan Keinginan Berpindah Bagi Tenaga Profesi Perawat (Studi Pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang)

Sri Rahayuningsih
Univ.Stikubank Semarang
ayu_1961@yahoo.com

Abstract

This research aimed to test and analyze the influence of the professionalism toward organizational commitment, working satisfaction, working achievement, and quitting pretention from the nurses of Sultan Agung Islamic Hospital. This research was done using survey method to 120 nurses of Islami Hospital Sultan Agunng Semarang. Sampling technique used was census method. To test the data, the writer used validity test through factor analysis, reliability test with Alpha Cronbach, classis assumption test, simple linear regression analysis, and t-test to test and prove research hypothesis.

The validity of data collected was tested using factor analysis method and for its reliability was tested using alpha coefficient (Alpha Cronbach). The result was that all data were valid and reliable. The result of analysis and discussion showed that: (1) professionalism positively influenced organizational commitment. It means that the higher professionalism, the higher organizational commitment also; (2) professionalism positively influenced working satisfaction. It means that the higher professionalism, the higher working satisfaction also; (3) professionalism positively influenced working achievement. It means that the higher professionalism, the higher working achievement also; (4) professionalism positively influenced quitting pretention. It means that the higher professionalism, the higher quitting pretention also.

Keywords: *Professionalism, Organizational Commitment, Working Satisfaction, Working Achievement, and Quitting Pretention*

PENDAHULUAN

Masalah profesionalisme dalam melakukan suatu profesi atau pekerjaan telah dikemukakan pada beberapa dekade yang lalu dan sampai sekarang masih sangat diperlukan. Profesi merupakan jenis pekerjaan yang memenuhi beberapa kriteria, sedangkan profesionalisme merupakan suatu atribut individual yang penting tanpa

melihat apakah suatu pekerjaan merupakan suatu profesi atau tidak (Kalbers dan Fogarty, 1995).

Keperawatan merupakan suatu bentuk pelayanan profesional yang merupakan bagian integral dari pelayanan kesehatan yang didasarkan pada ilmu dan kiat keperawatan berbentuk pelayanan biopsikososial dan spiritual yang

komprehensif, ditujukan kepada individu, keluarga dan masyarakat baik sakit maupun sehat yang mencakup seluruh proses kehidupan manusia. (Lokakarya,1983).

Di lingkungan perawatan kesehatan saat ini, terdapat banyak tantangan yang dihadapi profesi keperawatan dan perawat sebagai individu. Peran perawat meluas dan berkembang dalam langkah yang semakin cepat. Peran keperawatan dan ketrampilannya perlu diperkuat dan pendidikan perawat harus melakukan penyesuaian agar tetap melangkah dan menghasilkan kepemimpinan. Tantangan bagi perawat adalah mengambil kendali terhadap perubahan-perubahan tersebut dan proaktif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kesehatan saat ini dan masa yang akan datang (Hayes Jenice S, et al., 2007)

Tantangan saat ini memberikan kesempatan untuk mengaktualisasikan visi perawat bahwa setiap pasien berhak atas perawatan. Organisasi professional memberikan kesempatan bagi perawat untuk menyatukan visi dan perkembangan praktik dan pendidikan keperawatan. Terdapat banyak kesempatan untuk pengembangan perawat, baik institusional maupun personal. Dengan luasnya sumber teknologi informasi dan perkembangan pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman yang berkelanjutan memberikan kesempatan untuk memajukan keperawatan. Profesionalisme keperawatan selanjutnya dihubungkan terhadap komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan berpindah kerja.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (1997), dalam penelitiannya

menggunakan dimensi profesionalisme yang sama dengan penelitian Kalbers dan Fogarty (1995) yang menunjukkan bahwa 5 dimensi profesionalisme semua berhubungan positif dengan kinerja, kepuasan kerja, komitmen organisasional afektif. Sedangkan untuk dimensi yakni profesi berhubungan positif dengan komitmen organisasi berkelanjutan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profesionalisme berhubungan negatif dengan keinginan berpindah dan variabel pengalaman berhubungan positif dengan profesionalisme.

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (1996) membuktikan bahwa profesionalisme berpengaruh positif dengan konsekuensinya: komitmen organisasional, kepuasan kerja, kinerja pekerjaan dan keinginan berpindah.

Norris dan Neibuhr (1984) membuktikan bahwa profesionalisme secara positif berhubungan dengan komitmen organisasional dan kepuasan kerja. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Kalbers dan Fogarty (1995) menunjukkan bahwa tidak semua dimensi profesionalisme berhubungan dengan konsekuensinya.

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti tersebut menunjukkan bahwa bukti empiris yang dihasilkan masih menunjukkan hasil yang berbeda (kontradiktif) sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan yaitu hubungan profesionalisme dengan berbagai konsekuensinya komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan berpindah.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah profesionalisme perawat berpengaruh terhadap komitmen organisasional?; (2) Apakah profesionalisme perawat berpengaruh terhadap kepuasan kerja?; (3) Apakah profesionalisme perawat berpengaruh terhadap prestasi kerja?; (4) Apakah profesionalisme perawat berpengaruh terhadap keinginan berpindah ?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Konsep Profesionalisme

Menurut Hall (1968) bahwa profesionalisme berkaitan dengan dua aspek penting yaitu aspek struktural dan aspek sikap. Aspek struktural berkaitan dengan bagian dari pekerjaan seperti pembentukan sekolah pelatihan, pembentukan asosiasi profesional dan kode etik. Sedangkan aspek sikap berkaitan dengan pembentukan jiwa profesionalisme. Dalam aspek ini Hall (1968) mengemukakan lima dimensi profesionalisme yang harus dimiliki oleh individual. Lima dimensi profesionalisme tersebut biasanya oleh kalangan sosiolog disebut dengan istilah *Taxonomy Hall*. Adapun kelima dimensi tersebut adalah (1) meyakinkan bahwa pekerjaannya sangat penting; (2) mempunyai keyakinan untuk memberikan pelayanan kepada publik; (3) meminta otonomi dalam melakukan pekerjaan; (4) menganjurkan untuk mempunyai peraturan sendiri dalam pekerjaan; dan (5) berafiliasi dengan rekan sesama profesi di organisasi lain.

Komitmen Organisasional

Komitmen organisasional menurut P. Robins (1996) merupakan suatu keadaan atau derajat sejauh mana seorang karyawan memihak pada suatu organisasi tertentu dengan tujuan-tujuan serta memelihara keanggotaan dalam organisasi itu. Sedangkan menurut William dan Hazer (1986) komitmen organisasi merupakan tingkat kekerapan identifikasi dan keterkaitan individu terhadap organisasi yang dimasukinya. Menurut K. Ferris et al (1993) komitmen organisasi adalah intensitas seseorang untuk mengidentifikasi dirinya serta tingkat keterlibatannya dalam perusahaan atau profesi sehingga mencapai tujuan individu dan perusahaan dapat tercapai. Komitmen berarti terdapat upaya sungguh-sungguh serta keterikatan untuk melaksanakan dan mencapai target yang telah disepakati bersama Witner (1992).

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja mempunyai peran penting dalam rangka mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Kepuasan kerja memberikan sumbangan yang besar terhadap keefektifan organisasi, serta merangsang semangat kerja dan loyalitas karyawan. Banyak definisi tentang kepuasan kerja yang dikemukakan oleh sejumlah ahli.

Kepuasan kerja atau *job satisfaction* adalah keadaan emosional para karyawan memandang pekerjaannya (T. Hani Handoko, 1998). Kepuasan kerja merupakan cerminan dari perasaan pekerja terhadap pekerjaannya. Hal ini tampak dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan yang dihadapi dan lingkungannya. Sebaliknya, karyawan yang tidak puas akan bersikap

negatif terhadap pekerjaan dan bentuk yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

Menurut Miner (1988), kepuasan kerja seringkali disamakan dengan sikap seseorang terhadap pekerjaan. Sikap di sini diartikan sebagai tingkat perasaan positif atau negatif yang dirasakan seseorang terhadap obyek tertentu, seperti tempat, benda, atau orang lain. Robbins (1996) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai sikap secara umum dan tingkat perasaan positif seseorang terhadap pekerjaannya. Noe dkk (1994) menyatakan bahwa kepuasan kerja merupakan perasaan senang seorang pegawai yang timbul dari bagaimana cara dia mempersepsikan pekerjaannya.

Prestasi Kerja

Prestasi kerja menurut Mangkunegara (2001) berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Sedangkan menurut Hasibuan (2001). Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan yang dicapai oleh seseorang tenaga kerja dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

Menurut As'ad (Andri, 2002) prestasi kerja (*job performance*) dapat diartikan sebagai kesuksesan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Dengan demikian, prestasi kerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang menurut ukuran atau standar yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan. Prawirosentono

(Andri, 2002) mendefinisikan prestasi kerja sebagai hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Menurut Nawawi (2000), prestasi kerja dapat didefinisikan pula sebagai hasil pelaksanaan suatu pekerjaan baik bersifat fisik / material maupun non-fisik / non-material.

Keinginan Berpindah

Keinginan untuk pindah (*turn over intention*) didefinisikan sebagai keinginan untuk meninggalkan organisasi dengan sengaja dan sadar (Mutiar Sibarani, 2004). Sedangkan menurut A Belson (1987) merupakan tindakan penarikan diri yang terdiri dari beberapa komponen yang secara simultan muncul dalam individu berupa adanya keinginan untuk keluar, keinginan untuk mencari pekerjaan lain, serta adanya keinginan untuk meninggalkan organisasi.

Model turnover yang dikemukakan oleh March dan Simon (1958), Mobley (1977), Price (1977) dan Lum et al. (1998), ketiganya memprediksi hal yang sama terhadap seseorang untuk keluar organisasi, yaitu evaluasi mengenai posisi seseorang saat ini yang berkenaan dengan ketidakpuasan dapat memicu seseorang untuk keluar dan mencari pekerjaan lain. Meskipun hubungan antara alternatif pekerjaan dan turnover belum banyak mendapat perhatian, akan tetapi kepuasan gaji dapat memprediksi keputusan turnover terhadap pekerja pada saat mereka merasa memungkinkan untuk meningkatkan gaji,

melalui pergantian terhadap pekerjaannya atau berpindah ke tempat lain (Motowildo, 1983).

Intensi meninggalkan merupakan variabel yang paling berhubungan dan lebih banyak menjelaskan perilaku turnover, (Mobley, 1977). Turnover lebih mengarah pada kenyataan akhir yang dihadapi organisasi pada periode tertentu. Sedang berpindah mengacu kepada hasil evaluasi individu mengenai kelanjutan hubungannya dengan organisasi dan belum diwujudkan dalam tindakan pasti meninggalkan organisasi. Turnover dapat terjadi secara sukarela (*voluntary*) dan tidak sukarela (*unvoluntary*).

A. Belson (1987) menyatakan bahwa sebagian besar karyawan yang meninggalkan organisasi karena alasan sukarela dapat dikategorikan atas perpindahan kerja sukarela yang dapat dihindarkan (*avoidable voluntary turnover*) dan perpindahan kerja yang tidak dapat dihindarkan (*unavoidable voluntary turnover*). Avoidable voluntary turnover dapat disebabkan karena alasan berupa gaji, kondisi kerja, atasan atau ada organisasi lain yang dirasakan lebih baik, sedangkan perpindahan kerja sukarela yang tidak dapat dihindarkan dapat disebabkan karena perubahan jalur karir atau faktor keluarga untuk keluar organisasi.

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Profesionalisme terhadap Komitmen Organisasional

Sebagai bentuk perilaku, komitmen organisasional dapat dibedakan dari berbagai variabel, misalnya komitmen dengan kepuasan. Komitmen lebih mengacu pada respon emosional individu

kepada keseluruhan organisasi, sedangkan kepuasan mengarah pada respon emosional atas aspek khusus dari pekerjaan (Williams & Haser, 1986). Walaupun terdapat keraguan di kalangan peneliti mengenai kepastian apakah komitmen dan kepuasan merupakan konsep yang benar-benar berbeda (Mathiew & Zajac, 1990), tetapi analisis faktor memberikan dukungan bahwa komitmen organisasional dan kepuasan kerja memang merupakan konsep yang berbeda, walaupun biasanya berkorelasi tinggi (Brooke, Russel & Price 1968, Mathiew & Farr, 1991)

Komitmen organisasional merupakan hubungan kekuatan relatif yang luas antara individu dengan organisasi (Porter et al., 1976) yang karakteristiknya (Mowday et al, 1979) meliputi; (a) adanya keyakinan yang kuat dan penerimaan atas tujuan nilai-nilai organisasi, (b) kesediaan untuk berusaha yang sebesar-besarnya untuk organisasi dan (c) adanya keinginan yang pasti untuk mengetahui keikutsertaan dalam organisasi. Anggota organisasi yang loyalitas dan keikutsertaan dalam organisasi. Anggota organisasi yang loyalitas dan kestaannya tinggi terhadap organisasi akan mempunyai keinginan yang tinggi terhadap organisasi dan membuat organisasi menjadi sukses (Collins et al, 1995)

Komitmen organisasi individu dapat diukur dengan kekuatan relatif dengan pengenalan dan keterlibatannya dalam organisasi (Aranya, Pollock & Amernic, 1991). Dengan demikian makin kuat pengenalan dan keterlibatannya individu dengan organisasi akan mempunyai komitmen yang tinggi. Kalbers dan Fogarty (1995), Rahmawaty (1997) dan Wibowo (1996)

menemukan bahwa profesionalisme mempunyai hubungan positif dengan komitmen organisasional. Uraian tersebut selanjutnya dirumuskan hipotesis pertama.

H1 : Profesionalisme berpengaruh positif Terhadap komitmen organisasional.

Hubungan Profesionalisme terhadap Kepuasan kerja

Penelitian yang dilakukan oleh para ahli mengenai kepuasan kerja, membagi kepuasan kerja kedalam variabel dependen dan independen. Penelitian yang menempatkan kepuasan kerja sebagai variabel dependen berusaha menjawab tentang variabel apa yang menentukan kepuasan kerja, misalnya komitmen organisasional, konsekuensi profesionalisme dan sebagainya. Sedangkan penelitian yang menempatkan kepuasan kerja sebagai variabel independen berusaha mencari jawaban pertanyaan tentang pengaruh variabel kepuasan kerja terhadap variabel lain, misalnya kinerja, *turnover* dan sebagainya

Berbagai aspek dapat mempengaruhi kepuasan kerja, misalnya upah dan promosi, supervisi yang diterima, dan kepuasan dengan rekan sekerja. Selain aspek-aspek tersebut, kepuasan juga dapat disebabkan karena profesi pekerjaan (Kalbers dan Fogarty, 1995). Dalam penelitian (Noris dan Neibuhr 1984; Kalbers dan Fogarty, 1995; Wibowo, 1996; Rahmawati, 1997) hasilnya bahwa profesionalisme mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan kerja.

H2 : Profesionalisme berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.

Hubungan Profesionalisme terhadap Prestasi Kerja

Prestasi kerja merupakan hasil dari ketekunan usaha, mental atau fisik. Prestasi kerja merupakan hasil dari ketekunan usaha, mental atau fisik. Prestasi kerja biasanya dievaluasi berdasarkan standar yang dapat mencerminkan prestasi sebelumnya oleh karyawan lain, karyawan itu sendiri atau pengembangan standar dari suatu studi waktu (Carol & Tosi, 1977). Pengukuran prestasi kerja dapat dilakukan baik secara subjektif maupun objektif. Pengukuran prestasi kerja subjektif berkaitan dengan penilaian prestasi karyawan atau individu lainnya, misalnya teman sebayanya atau supervisor. Sedangkan penilaian prestasi kerja objektif bersifat nyata dan umumnya dapat diukur sebagai petunjuk prestasi kerja (Ferris, 1977). Selanjutnya menurut Ferris pengukuran prestasi kerja objektif tidak ada dan evaluasi prestasi kerja dalam kedudukan sebagai supervisor adalah suatu norma.

Ross dan Ferris (1981) dalam Rahmawati (1997) menyatakan bahwa motivasi kepuasan kerja dan komitmen berhubungan positif dengan kinerja. Profesionalisme menjadi elemen dari motivasi yang memberikan sumbangan pada seorang manajer agar mempunyai prestasi kerja yang tinggi. Kalbers dan Fogarty (1995), Wibowo (1996) dan Rahmawati membagi prestasi kerja atas penilaian sendiri dan atasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profesionalisme mempunyai hubungan positif dengan prestasi kerja.

H3 : Profesionalisme berpengaruh positif terhadap prestasi kerja.

Hubungan Profesionalisme terhadap Keinginan Berpindah

Keinginan berpindah merupakan variabel yang paling berhubungan dan lebih banyak menerangkan perilaku turnover (Arnold & Filedman, 1982; Mobley et al., 1970). Turnover lebih mengarah pada kenyataan bahwa akhir yang dihadapi oleh organisasi berupa jumlah karyawan yang meninggalkan organisasi pada periode tertentu. Sedangkan keinginan berpindah mengacu pada hasil evaluasi individu mengenai kelanjutan hubungannya dengan organisasi dan belum ditunjukkan dalam tindakan pasti meninggalkan organisasi.

Keinginan berpindah lebih mendekati pada tingkat berpindah kerja sukarela yang dapat dihindari, A. Belson (1987). Keinginan berpindah mencerminkan keinginan individu untuk meninggalkan organisasi dan mencari alternatif pekerjaan lain. A. Belson (1987) mengatakan bahwa keinginan berpindah dapat meliputi tindakan penarikan diri yang terdiri dari beberapa komponen yang secara simultan muncul dalam individu berupa adanya pikiran untuk keluar, keinginan untuk mencari lowongan pekerjaan lain dan adanya keinginan untuk meninggalkan organisasi.

Penelitian Aranya & Feris, (1984); Harrel & Taylor, (1986); Kalbers dan Fogarty (1995); Wibowo (1996); Rahmawati (1997) ditemukan bahwa komitmen profesional mempunyai pengaruh yang negatif dengan keinginan berpindah.

H4 : Profesionalisme berpengaruh negatif terhadap keinginan berpindah.

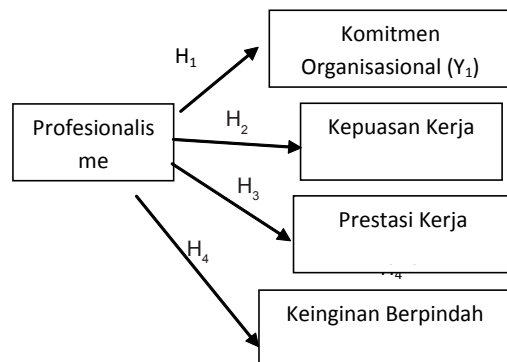
Tinjauan Penelitian Terdahulu

Di Indonesia penelitian tentang profesionalisme telah banyak dilakukan. Wibowo (1996) melakukan penelitian dengan mereplikasi penelitian Kalbers dan Fogarty (1995) pada auditor internal yang bekerja pada perusahaan berbentuk perseroan terbatas di Indonesia yang bergerak dalam jasa keuangan dan non keuangan, pemanufakturan, konstruksi, ritel, dan pertambangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profesionalisme berpengaruh positif dengan kinerja, komitmen organisasional, kepuasan kerja, dan keinginan berpindah.

Rahmawati (1997) dalam penelitiannya juga menggunakan dimensi profesionalisme yang sama dengan penelitian Kalbers dan Fogarty (1995) dan hanya menambahkan variabel anteseden yaitu pendidikan. Penelitian tersebut dilakukan pada 127 auditor internal yang bekerja pada BUMN dan BUMD di seluruh Indonesia. Hasilnya membuktikan bahwa kelima dimensi profesionalisme berhubungan positif dengan kinerja, kepuasan kerja, komitmen organisasi afektif. Sedangkan untuk dimensi keyakinan profesi berhubungan positif dengan komitmen organisasi berkelanjutan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profesionalisme berhubungan negatif dengan keinginan berpindah, dan variabel pengalaman berhubungan positif dengan profesionalisme.

Kedua penelitian tersebut dilakukan dalam bidang internal auditor. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya ketidak konsistenan. Wibowo (1996) membuktikan bahwa profesionalisme berpengaruh positif dengan konsekuensinya; komitmen

organisasional, kepuasan kerja, kinerja pekerjaan, dan keinginan berpindah. Sedangkan penelitian Rahmawati (1997) menunjukkan bahwa tidak semua dimensi profesionalisme berhubungan dengan konsekuensi, dan variabel pengalaman berhubungan positif dengan profesionalisme.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Analisis Pengaruh Profesionalisme terhadap Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, Prestasi Kerja dan Keinginan Pindah Kerja pada Perawat Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada semua perawat Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang berjumlah 120 orang perawat dengan menggunakan metode sensus, dengan pertimbangan bahwa populasi tidak terlalu besar jumlahnya dan cakupan wilayah geografisnya hanya pada satu Rumah Sakit saja, dan tidak akan menyulitkan dalam hal memperoleh data penelitian dengan cara menggunakan kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan skala *Likert* 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala (*scaling questions*). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert

mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 120 buah kuesioner yang disebar, yang berhasil dikumpulkan 111 buah. Dari 111 buah kuesioner tersebut sebanyak 7 buah tidak bisa dipakai karena rusak dan ada beberapa pertanyaan yang tidak dijawab. Dengan demikian hanya 104 buah kuesioner yang sah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden terbesar bekerja pada bidang Rawat Inap sebanyak 54 orang (51,9%) sedangkan responden terkecil bekerja pada bidang Kamar Operasi sebanyak 6 orang (5,8%) dengan latar pendidikan D.3/Diploma sebanyak 85 orang dan S.1/Sarjana 19 orang, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan Diploma tiga karena sebagian besar lulusan dari Akademi Perawat (Sumber 2009).

Tanggapan Responden Terhadap Komitmen Organisasional

Variabel komitmen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 12 indikator. Indeks tanggapan terhadap variabel komitmen dapat dijelaskan sebagai berikut: Bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju terhadap ke dua belas indikator variabel komitmen. Indikator pertama mempunyai angka indeks tertinggi, yaitu tingkat kesediaan perawat bekerja untuk kemajuan Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata indeks skor yang tinggi yaitu sebesar 4,46. Sedangkan indikator yang paling

rendah yaitu dengan nilai rata-rata indeks skor sebesar 3,40 yang mengindikasikan bahwa perawat merasa takut terhadap kemungkinan berhenti bekerja di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang sekarang ini. Berdasarkan kategori indeks skor, maka rata-rata indeks ke 12 indikator berada pada tingkatan skor yang tinggi yaitu 3,91. Kondisi ini memberikan kesan bahwa tingkat keterlibatan perawat dengan didukung profesionalisme adalah untuk mencapai tujuan individu dan Rumah Sakit dapat tercapai. Komitmen berarti terdapat upaya sungguh-sungguh serta keterikatan untuk melaksanakan dan mencapai target yang telah disepakati bersama.

Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Kerja

Variabel kepuasan kerja dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 15 indikator. Indeks tanggapan terhadap variabel kepuasan kerja dapat dijelaskan sebagai berikut : Bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju terhadap ke lima belas indikator variabel kepuasan. Indikator tiga belas mempunyai angka indeks tertinggi, yaitu tingkat kepuasan perawat akan profesinya, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata indeks skor yang tinggi yaitu sebesar 4,96. Sedangkan indikator yang paling rendah yaitu dengan nilai rata-rata indeks skor sebesar 3,09 yang mengindikasikan bahwa tunjangan perawat yang diperoleh dari di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang sekarang ini cukup.

Berdasarkan kategori indeks skor, maka rata-rata indeks ke 15 indikator berada pada tingkatan skor yang tinggi yaitu 3,78. Kondisi ini memberikan kesan bahwa

terdapat keterhubungan bahwa kepuasan perawat melakukan pekerjaan sesuai dengan keprofesionalannya.

Job satisfaction perawat juga mengindikasikan keadaan emosional perawat memandang pekerjaannya . Hal ini tampak dalam sikap positif perawat terhadap pekerjaan yang dihadapi dan lingkungannya.

Tanggapan Responden Terhadap Prestasi Kerja

Variabel prestasi kerja dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 8 indikator. Indeks tanggapan terhadap variabel prestasi kerja dapat dijelaskan sebagai berikut : Bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju terhadap ke delapan indikator variabel prestasi kerja. Indikator tujuh mempunyai angka indeks tertinggi, yaitu perawat mengembangkan pengetahuan teknis dalam bekerja, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata indeks skor yang tinggi yaitu sebesar 4,60.

Sedangkan indikator yang paling rendah yaitu dengan nilai rata-rata indeks skor sebesar 3,68 yang mengindikasikan bahwa perawat akan membantu supervisor sekalipun tidak diminta. Berdasarkan kategori indeks skor, maka rata-rata indeks ke 8 indikator berada pada tingkatan skor yang tinggi yaitu 4,06. Kondisi ini memberikan kesan bahwa dalam penilaian prestasinya cukup baik karena mereka memenuhi tanggung jawabnya sesuai dengan uraian pekerjaan, karena prestasi kerja merupakan suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugasnya yang dibebankan dan dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Berpindah Kerja

Variabel keinginan berpindah kerja dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 indikator. Indeks tanggapan terhadap variabel keinginan berpindah kerja dapat dijelaskan sebagai berikut : Bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban tidak setuju terhadap ke lima indikator variabel keinginan berpindah kerja. Indikator dua mempunyai angka indeks tertinggi, yaitu perawat sering berfikir untuk mencari pekerjaan baru di luar Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata indeks skor yaitu sebesar 2,38.

Sedangkan indikator yang paling rendah yaitu dengan nilai rata-rata indeks skor sebesar 2,15 yang mengindikasikan bahwa perawat dengan serius berfikir untuk keluar dari pekerjaan sebagai perawat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang Berdasarkan kategori indeks skor, maka rata-rata indeks ke 5 indikator berada pada tingkatan skor yang rendah yaitu 2,27. Kondisi ini memberikan kesan bahwa perawat pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang akan berpikir untuk mencari pekerjaan baru di luar Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Jawaban rendah ini mengindikasikan bahwa mereka benar-benar tidak berkeinginan pindah dari Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

Tanggapan Responden Terhadap Profesionalisme

Variabel Profesionalisme dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 indikator, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban

setuju terhadap ke enam indikator variabel profesionalisme. Indikator dua mempunyai angka indeks tertinggi, yaitu perawat mempunyai keyakinan untuk memberikan pelayanan kepada pasien dengan baik, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata indeks skor yang tinggi yaitu sebesar 4,39.

Sedangkan indikator yang paling rendah yaitu dengan nilai rata-rata indeks skor sebesar 3,63 yang mengindikasikan bahwa perawat mengikuti pertemuan (seminar/diskusi) di bidang perawat selama 2 tahun terakhir. Berdasarkan kategori indeks skor, maka rata-rata indeks ke 6 indikator berada pada tingkatan skor yang tinggi yaitu 4,00 Kondisi ini memberikan kesan bahwa perawat pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang mempunyai keyakinan untuk memberikan pelayanan kepada pasien dengan baik. Keperawatan merupakan suatu bentuk pelayanan profesional yang merupakan bagian integral dari pelayanan kesehatan yang didasarkan pada ilmu dan kiat keperawatan berbentuk pelayanan biopsikososial dan spiritual yang komprehensif, ditujukan kepada individu, keluarga dan masyarakat baik sakit maupun sehat yang mencakup seluruh proses kehidupan manusia.

Analisis Regresi

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus : pertama, meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual; kedua, nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada (Tabachnick, 1996).

**a. Pengaruh Profesionalisme (X)
Terhadap Komitmen Organisasional
(Y1)**

Tabel 1

**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Pengaruh Profesionalisme (X) terhadap
Komitmen Organisasional (Y1)**

Coefficients ^a					
		Unstandardized		Standardized	
1	(Constant)	1.774	.299		5.943
	Profesional	.544	.074	.588	7.335
					.000

Sumber : data primer diolah

Dilihat dari tabel 1 di atas didapatkan persamaan garis linear sederhana (yang dilihat dari koefisien standar) sebagai berikut :

$$Y1 = 0,588 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi profesionalisme mempunyai nilai positif. Koefisien yang positif menunjukkan arah pengaruh yang searah dengan nilai variabel terikatnya artinya meningkatnya profesionalisme perawat akan mempengaruhi peningkatan komitmen organisasional dan sebaliknya. Adapun pengaruh profesionalisme terhadap komitmen organisasional sebesar 0,588.

**a. Pengaruh Profesionalisme (X)
Terhadap Kepuasan kerja (Y2)**

Tabel 2

**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Pengaruh Profesionalisme (X) terhadap
Kepuasan Kerja(Y2)**

Coefficients ^a					
		Unstandardized		Standardized	
1	(Constant)	1.733	.322		5.376
	Profesional	.496	.080	.523	6.194
					.000

Sumber : data primer diolah

Dilihat dari tabel 2 di atas didapatkan persamaan garis linear sederhana (yang dilihat dari koefisien standar) sebagai berikut :

$$Y2 = 0,523 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi profesionalisme mempunyai nilai positif. Koefisien yang positif menunjukkan arah pengaruh yang searah dengan nilai variabel terikatnya artinya meningkatnya profesionalisme perawat akan mempengaruhi peningkatan kepuasan kerja dan sebaliknya. Adapun pengaruh profesionalisme terhadap kepuasan kerja sebesar 0,523.

**b. Pengaruh Profesionalisme (X)
Terhadap Prestasi Kerja (Y3)**

Tabel 3

**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Pengaruh Profesionalisme (X) terhadap
Prestasi Kerja(Y3)**

Coefficients ^a					
		Unstandardized		Standardized	
1	(Constant)	2.001	.242		8.261
	Profesional	.497	.060	.633	8.267
					.000

Sumber : data primer diolah

Dilihat dari tabel 3 di atas didapatkan persamaan garis linear sederhana (yang dilihat dari koefisien standar) sebagai berikut :

$$Y3 = 0,633 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi profesionalisme mempunyai nilai positif. Koefisien yang positif menunjukkan arah pengaruh yang searah dengan nilai variabel terikatnya

artinya meningkatnya profesionalisme perawat akan mempengaruhi peningkatan prestasi kerja dan sebaliknya. Adapun pengaruh profesionalisme terhadap prestasi kerja sebesar 0,633.

b. Pengaruh Profesionalisme (X) Terhadap Keinginan Pindah Kerja (Y4)

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Profesionalisme (X) terhadap Keinginan Pindah Kerja (Y4)

Coefficients ^a					
		Unstandardized	Standardized		
1	(Constant)	4.507	.492	9.163	.000
	Profesional	-.559	.122	-.413	.000

Sumber : data primer diolah

Dilihat dari tabel 4 di atas didapatkan persamaan garis linear sederhana (yang dilihat dari koefisien standar) sebagai berikut :

$$Y4 = - 0,413 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi profesionalisme mempunyai nilai negatif. Koefisien yang negatif menunjukkan arah pengaruh yang tidak searah dengan nilai variabel terikatnya artinya meningkatnya profesionalisme perawat akan mempengaruhi penurunan keinginan pindah kerja dan sebaliknya. Adapun pengaruh profesionalisme terhadap keinginan pindah kerja sebesar -0,413 .

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis dengan uji Parsial (Uji t)

Keterangan	t hitung	t tabel	Significance	Kriteria Sig	Kesimpulan
Pengaruh Profesionalisme terhadap Komitmen organisasional	7,335	1,660	0,00	< 0,05	diterima
Pengaruh Profesionalisme terhadap Kepuasan Kerja	6,194	1,660	0,00	< 0,05	diterima
Pengaruh Profesionalisme terhadap Prestasi Kerja	8,267	1,660	0,00	< 0,05	diterima
Pengaruh Profesionalisme terhadap Keinginan Berpindah kerja	-4,578	1,660	0,00	< 0,05	diterima

Sumber : Data Primer diolah

Hipotesis 1

Koefisien *beta* profesionalisme dinyatakan signifikan pengaruhnya terhadap komitmen organisasional, ditunjukkan dengan t hitung sebesar 7,335 > dari t tabel sebesar 1,660 dan signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 adalah kurang dari 5% (0,05), dengan demikian hipotesis yang berbunyi profesionalisme berpengaruh positif terhadap komitmen organisasional. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin tinggi juga komitmen organisasional perawat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang **diterima**.

Dengan demikian makin kuat pengenalan dan keterlibatannya perawat dengan organisasi akan mempunyai komitmen yang

tinggi. Penelitian ini didukung oleh Kalbers dan Fogarty (1995), Rahmawaty (1997) dan Wibowo (1996) menemukan bahwa profesionalisme mempunyai hubungan positif terhadap komitmen organisasional.

Hipotesis 2

Koefisien *beta* profesionalisme dinyatakan signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan kerja, ditunjukkan dengan *t* hitung sebesar 6,194 > dari *t* tabel sebesar 1,660 dan signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 adalah kurang dari 5% (0,05), dengan demikian hipotesis yang berbunyi profesionalisme berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin tinggi juga kepuasan kerja perawat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang **diterima**.

Hal ini memberi arti bahwa berbagai aspek dapat mempengaruhi kepuasan kerja, misalnya upah dan promosi, supervise yang diterima dan kepuasan dengan rekan sekerja. Selain aspek-aspek tersebut kepuasan juga dapat disebabkan karena profesi pekerjaan, dengan demikian penelitian ini didukung oleh (Kalbers dan Fogarty, 1995). Dalam penelitian (Norris dan Neibuhr 1984; Kalbers dan Fogarty, 1995; Wibowo, 1996; Rahmawaty, 1997) hasilnya bahwa profesionalisme mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan kerja.

Hipotesis 3

Koefisien *beta* profesionalisme dinyatakan signifikan pengaruhnya terhadap prestasi kerja, ditunjukkan dengan *t* hitung sebesar 8,267 > dari *t* tabel 1,660 dan signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 adalah kurang dari 5% (0,05), dengan demikian hipotesis yang berbunyi profesionalisme

berpengaruh positif terhadap prestasi kerja. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin tinggi juga prestasi kerja perawat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang **diterima**.

Seperti yang dinyatakan dalam penelitian (Ross dan Ferris, 1981) dalam (Rahmawaty, 1997) menyatakan bahwa profesionalisme menjadi elemen dari motivasi yang memberikan sumbangan pada seorang manajer agar mempunyai prestasi kerja yang tinggi. Dalam penelitian (Kalbers dan Fogarty, 1995; Wibowo, 1996 dan Rahmawaty, 1997) membagi prestasi kerja atas penilaian hubungan positif terhadap prestasi kerja.

Hipotesis 4

Koefisien *beta* profesionalisme dinyatakan signifikan pengaruhnya terhadap keinginan berpindah kerja, ditunjukkan dengan *t* sebesar -4,578 dan signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 adalah kurang dari 5% (0,05), dengan demikian hipotesis yang berbunyi profesionalisme berpengaruh negatif terhadap keinginan berpindah kerja. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin rendah keinginan berpindah kerja perawat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang **diterima**.

Hal ini memberikan arti bahwa keinginan berpindah mencerminkan keinginan individu untuk meninggalkan organisasi dan mencari alternative pekerjaan lain seperti dalam penelitian (A. Belson, 1987) mengatakan bahwa keinginan berpindah dapat meliputi tindakan penarikan diri yang terdiri dari beberapa komponen yang secara simultan muncul dalam individu berupa adanya pikiran untuk

keluar, keinginan untuk mencari lowongan pekerjaan lainnya dan adanya keinginan untuk meninggalkan organisasi. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aranya & Feris, 1984; Harrel & Taylor, 1986; Kalbers dan Fogarty, 1995; Wibowo, 1996; Rahmawaty, 1997) ditemukan bahwa profesionalisme mempunyai pengaruh yang negatif terhadap keinginan berpindah.

Uji Model : Pengaruh variabel Profesionalisme terhadap Komitmen Organisasional, Kepuasan kerja, Prestasi Kerja dan Keinginan Pindah Kerja

Koefisien determinasi (*adjusted R Square*) digunakan untuk melihat kemampuan variabel profesionalisme dalam menerangkan variabel komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan pindah kerja dan proporsi variasi dari variabel komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan pindah kerja yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel profesionalisme. Jika R^2 yang

diperoleh dari hasil perhitungan semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel profesionalisme terhadap variasi variabel komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan pindah kerja semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan pindah kerja yang disajikan dalam tabel 6 adalah sebagai berikut: Pengaruh profesionalisme terhadap komitmen organisasional diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,339. Hal ini berarti bahwa variabel komitmen organisasional dapat dijelaskan oleh variabel profesionalisme sebesar 33,9% dan sisanya sebesar 66,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

Pengaruh profesionalisme terhadap kepuasan kerja diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,266. Hal ini berarti bahwa variabel kepuasan kerja sebesar 26,6% dapat dijelaskan oleh variabel profesionalisme dan sisanya sebesar 73,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

Pengaruh profesionalisme terhadap prestasi kerja diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,395. Hal ini berarti bahwa variabel prestasi kerja dapat dijelaskan oleh variabel profesionalisme sebesar 39,5% dan sisanya sebesar 60,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

Pengaruh profesionalisme terhadap keinginan pindah kerja diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,162. Hal ini berarti bahwa variabel keinginan pindah

Tabel 6
Hasil Uji Adjusted R²

Keterangan	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error Of the Estimate
Pengaruh Profesionalisme terhadap Komitmen	0,588	0,345	0,339	0,36001
Pengaruh Profesionalisme terhadap Kepuasan Kerja	0,523	0,273	0,266	0,38885
Pengaruh Profesionalisme terhadap Prestasi Kerja	0,633	0,401	0,395	0,29210
Pengaruh Profesionalisme terhadap Keinginan Berpindah kerja	0,413	0,170	0,162	0,59325

Sumber : Data Primer diolah

kerja dapat dijelaskan oleh variabel profesionalisme sebesar 16,2% dan sisanya sebesar 83,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

Uji F (ANOVA)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mempengaruhi apakah secara simultan ada pengaruh antara variabel profesionalisme dengan variabel komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan pindah kerja. Pengujian koefisien regresi secara simultan dikatakan signifikan jika mutlak $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau koefisien regresi signifikan pada tingkat alpha 5% ($\text{sig} < 0,05$).

- a. Pengaruh profesionalisme terhadap komitmen organisasional dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 7
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
	Sum of				
1 Regression	8.145	1	8.145	53.809	.000 ^a
Residual	15.439	102	.151		
Total	23.583	103			

Sumber : Data Primer diolah

Hasil Anova atau F test menghasilkan nilai F hitung sebesar 53.809 dengan tingkat signifikansisebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel profesionalisme, dan dapat dikatakan bahwa variabel independen profesionalisme mempengaruhi variabel komitmen organisasional.

- b. Pengaruh profesionalisme terhadap kepuasan kerja dapat dilihat pada tabel 8

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
	Sum of				
1 Regression	5.802	1	5.802	38.371	.000 ^a
Residual	15.423	102	.151		
Total	21.224	103			

Sumber : Data Primer diolah

Hasil Anova atau F test menghasilkan nilai F hitung sebesar 38.371 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel profesionalisme. Dan dapat dikatakan bahwa variabel independen profesionalisme mempengaruhi variabel kepuasan kerja.

- c. Pengaruh profesionalisme terhadap prestasi kerja dapat dilihat pada tabel 9

Tabel 9
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
	Sum of				
1 Regression	5.832	1	5.832	68.349	.000 ^a
Residual	8.703	102	.085		
Total	14.535	103			

Sumber : Data Primer diolah

Hasil Anova atau F test menghasilkan nilai F hitung sebesar 68.349 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel profesionalisme. Dan dapat dikatakan bahwa variabel independen profesionalisme mempengaruhi variabel prestasi kerja.

d. Pengaruh profesionalisme terhadap keinginan pindah kerja dapat dilihat pada tabel 10

Tabel 10
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
		Sum of			
1	Regression	7.375	1	7.375	20.955
	Residual	35.898	102	.352	
	Total	43.273	103		

a.

b.

Sumber : Data Primer diolah

Hasil Anova atau F test menghasilkan nilai F hitung sebesar 20.955 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel profesionalisme. Dan dapat dikatakan bahwa variabel independen profesionalisme mempengaruhi variabel keinginan pindah kerja.

PENUTUP / SIMPULAN

Profesionalisme memberikan kontribusi yang berharga bagi pengembangan hasil kerja. Hasil analisis dan pengujian hipotesis ditemukan bahwa secara keseluruhan sampel menunjukkan secara signifikan ada pengaruh profesionalisme dengan konsekuensinya. Dengan kata lain profesionalisme berpengaruh secara positif dan signifikan dengan komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan secara negatif dan signifikan berpengaruh dengan keinginan berpindah. Dengan demikian perawat memiliki sikap profesionalisme yang tinggi akan mempunyai komitmen yang tinggi terhadap pihak Rumah Sakit, memiliki kepuasan

kerja yang tinggi, memiliki prestasi kerja yang tinggi serta keinginan berpindah yang rendah.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan dari permasalahan yang diteliti yaitu pengaruh profesionalisme terhadap komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan pindah kerja yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada hipotesis 1, bahwa profesionalisme berpengaruh positif terhadap komitmen organisasional. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin tinggi juga komitmen organisasional perawat Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Besarnya pengaruh profesionalisme terhadap komitmen organisasional adalah 0,588.
2. Hipotesis 2, bahwa profesionalisme berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin tinggi juga kepuasan kerja perawat Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Besarnya pengaruh profesionalisme terhadap kepuasan kerja adalah 0,523.
3. Hipotesis 3, bahwa profesionalisme berpengaruh positif terhadap prestasi kerja. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin tinggi juga prestasi kerja perawat Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Besarnya pengaruh profesionalisme terhadap prestasi kerja adalah 0,633.
4. Hipotesis 4, bahwa profesionalisme berpengaruh negatif terhadap keinginan pindah kerja. Makin tinggi profesionalisme perawat, makin rendah keinginan pindah perawat Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Besarnya pengaruh profesionalisme

terhadap keinginan pindah kerja adalah -0,413.

Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian ini tentunya ada keterbatasannya, untuk dapat menyusun suatu model atau kerangka pikir yang paling rasional untuk dapat memecahkan masalah. Penelitian ini terbatas pada :

1. Penelitian ini hanya terbatas pada lingkup perawat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Dengan demikian hasil penelitian ini hanya bisa mewakili populasi dari organisasi yang bersangkutan saja dan hasil penelitian mungkin saja akan berbeda jika diterapkan pada obyek pengamatan yang berbeda, sehingga pihak-pihak yang akan menggunakan temuan hasil penelitian ini perlu berhati-hati dalam melakukan generalisasi atau analogi dari hasil penelitian ini akan sama jika dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda.
2. Meskipun secara statistik profesionalisme dapat dipergunakan sebagai aspek yang membentuk komitmen organisasional, kepuasan kerja, prestasi kerja dan keinginan berpindah kerja, namun dalam penelitian ini diketahui bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang berpengaruh.

Daftar Pustaka

ABelson C.W, (1987). Personal management (4th E.d), Ohio : South – western Publishing.

Aranya, N dan K.Feris.(1993). Role of Leadership in The Employee Withdrawal Process : A Contructive Replication, Journal of Applied Psychology, 70 -777 -781

Barry Cushway (2003). Management Personalia, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Barthol, M.Kathryn (1979). “Profesionalism as a predicator of organizational commitment, role stress, and turnover: A multidimensional approach”. Academy of Management Journal 22(4): pp.815-821.

Barbara Kozier, Janice S Hayes dan Kathleen Koenig Blais, (2007) Praktik Keperawatan Profesional, Penerbit Buku Kedokteran, Jakarta

Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. (1993). Statistik Induktif, BPFE, Yogyakarta

Ferdinand, Augusty. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Ed 2. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fuad Mas’ud. (2002). Survei Diagnosis Organisasional, Konsep dan Aplikasi, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

Gozali Imam. (2000). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Badan penerbit UNDIP, Semarang.

Hall, Richard. (1968). “Profesionalism and bureacrations”, American Sociological Review, 33: pp. 92-104

Husein, Umar. (2008). Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi, PT Gramedia, Jakarta

J. Supranto. (1997). Metode Penelitian, Jakarta, Erlangga

- Kalbers, P.L. & Fogarty, T.(1995), "Profesionalism and its consequences: A study of internal auditors". *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 14(1): pp64-86
- Luthans.(1995).Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia, BPFE-Yogyakarta
- Mangkunegara, A.P. (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan ketiga, Bandung : Rosdakarya.
- Minner J.B. (1988).,Organizational Behavior, Performance and Productivity, 1st Edition, New York : Random House, Inc.
- Mobley W.H, (1986).Perantian Karyawan : Sebab & Akibat Pengendaliannya,Jakarta, PT. Gramedia
- Mobley W.H. Griffeth, R.W. Hand H.H. & Meglino B.M, (1979), Review and Concept Analysis of the Employee Turnover Process, *Jorunal Of Applied Psychology*,86, 493-522
- Morrow, P.C. & Goetz, J.F. (1988). "Professionlism as a form of work enlistment Decision, *Journal of Vocational Behavior*, 32; pp.92-111
- Motowildo S. J. Dan Lawton, (1984). Affective and Cognitive Factors in Soldier Reenlistmen Decision, *Journal of Applied Psychology*,69.157 – 166.
- Mowday R.T Steers, R.M. & Porter, L.W, (1979)The Measure of Organizational Commitment, *Jorunal of Vacation Behavior*, 14,288
- Muh.As'at, (1994).Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia, FEUI,Jakarta
- Mutiara Sibarani, (2004).Hubungan Mutu Interaksi Atasan Bawahan Terhadap Intenst Turnover, Yogyakarta, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada.
- Norris D. & Neibuhr(1984).Profesionalism, Organizational Commitment and Job Satisfaction in an Acounting Organization", *Accounting, Organization and Society*, 49-59
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. (2005). Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS. Yogyakarta : Penerbit Andi

Improving Employees' Performance Through Work Environment, Leadership, And Organization Culture To Create Work Satisfaction At Pt. Sukun, Kudus

Sukirman

Faculty of Economy, Muria University, Kudus

skirman101@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to analyze the impact of work environment, leadership, and organization culture toward work satisfaction of employees; to analyze the impact of work environment, leadership, and organization culture toward the performance of employees; to analyze the impact of work satisfaction toward the performance of employees at PT. SUKUN, Kudus. The population number of this study consisted of 436 employees at PT. SUKUN, Kudus. Sample of 120 respondents were taken by using a purposive sampling method. Data were collected by using questionnaires and analyzed by using causality model. Hypotheses were tested by using a Structural Equation Model (SEM) of AMOS program. Based on the result of data analysis, it was known that work environment, leadership, and organization culture had a significant impact toward work satisfaction of employees. Work environment had a significant and positive impact toward employees' performance and had a significant and indirect impact toward the employees' satisfaction. Leadership had a significant and indirect impact toward the employees' performance. Organization culture did not have any significant impact, but it had a significant and indirect impact through employees' work satisfaction. Employees' work satisfaction had a significant and positive impact toward the employees' performance.

Key words: Work environment, leadership, organization culture, work satisfaction, and employees' performance.

PENDAHULUAN

Kalangan pekerja atau buruh akhir-akhir ini sering melakukan demo menuntut hak-hak yang harus dipenuhi dalam menghadapi kebutuhan hidup minimal sehari-hari, terutama mengenai UMR (upah minimum regional) maupun *outsourcing*. Kondisi semacam ini sering kali mengakibatkan kinerja para karyawan menjadi kurang maksimal, akibatnya perusahaan mengalami kerugian, karena adanya karyawan yang sering tidak masuk kerja, ataupun datang terlambat. Tanggapan dari

pemerintah maupun pihak perusahaan belum memuaskan keinginan dari karyawan, walaupun Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Kemenakertrans) menyatakan mulai menggalakan pengetatan dalam aturan *outsourcing*. Pengetatan tersebut mencakup tiga hal yaitu, soal kelembagaan, pembenahan regulasi perizinan, dan pengetatan jenis pekerjaan (UU no 13 Tahun 2003).

Walaupun keberadaan UU no 13 Tahun 2003 dianggap mampu menjembatani

kebutuhan karyawan, namun dalam kenyataannya belum dapat menjadi penghubung dalam menciptakan kesejahteraan maupun kelangsungan kerja bagi pegawai, karena terdapat beberapa indikator dalam meningkatkan kinerja karyawan, diantaranya lingkungan kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi dalam perusahaan. Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2001: 67). Budaya merupakan sesuatu yang esensial dalam organisasi maupun perusahaan, karena selalu berhubungan dengan kehidupan yang ada dalam perusahaan. Budaya organisasi merupakan

falsafah, ideologi, nilai-nilai, anggapan, keyakinan, harapan, sikap dan norma-norma yang dimiliki secara bersama serta mengikat dalam suatu komunitas tertentu. Hasil penelitian Brown & Leight (1996), tentang hubungan budaya organisasi dengan kepuasan kerja menunjukkan bahwa budaya organisasi mempunyai hubungan positif dengan kepuasan kerja dan mempunyai hubungan positif dengan kinerja melalui kepuasan kerja. Temuan ini didukung hasil penelitian dari Parken et al (2003), menunjukkan bahwa motivasi mempunyai variasi hubungan dengan perilaku organisasi pegawai, diantaranya kepuasan kerja, komitmen organisasi, kepemimpinan, motivasi pegawai dan kinerja pegawai.

Tabel 1
Kinerja Karyawan PT. Sukun Kudus

UNIT ORGANISASI	SEMESTR 1			SEMESTER 2			KETERANGAN
	MASA KERJA			MASA KERJA			
	P ₁	P ₂	P ₃	P ₁	P ₂	P ₃	
Administrasi 52 orang	2	3	7	2	4	5	Tidak Masuk %
	3,8	5,8	13,4	3,8	7,6	9,6	
	9	10	11	8	9	12	Terlambat %
	17,3	19,5	21,1	15,3	17,3	23,1	
Produksi 244 orang	11	15	21	12	15	22	Tidak Masuk %
	4,5	6,1	8,6	4,9	6,1	9,1	
	13	18	24	16	19	25	Terlambat %
	5,3	7,4	9,8	6,5	7,8	10,2	
Pemasaran 79 orang	4	6	10	5	9	12	Tidak Masuk %
	5,1	7,6	12,6	6,3	11,4	15,1	
	9	11	15	8	13	16	Terlambat %
	11,4	13,9	18,9	10,1	16,4	20,2	
Gudang 39 orang	3	5	7	3	7	6	Tidak Masuk %
	7,6	12,8	17,9	7,6	17,9	15,4	
	4	6	7	3	5	8	Terlambat %
	10,3	15,4	17,9	7,6	12,8	20,5	
Lain-lain 22 orang	1	2	4	1	2	3	Tidak Masuk %
	4,5	9,1	18,2	4,5	9,1	13,6	
	1	4	4	2	3	5	Terlambat %
	4,5	18,5	18,5	9,1	13,6	22,7	

Sumber: PT. Sukun Kudus diolah, 2010.

Keberadaan karyawan pada pabrik rokok PT. Sukun Kudus tidak terpengaruh dengan adanya demo yang dilakukan secara nasional, namun demikian berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa kinerja para karyawan masih belum maksimal, akibat dari karyawan yang sering tidak masuk kerja maupun datang sering terlambat. Berdasarkan fenomena tersebut, sejak dari perencanaan, pelaksanaan, dan pemeliharaan perlu terus ditingkatkan, khususnya yang terkait dengan kinerja karyawan. Karyawan yang profesional berarti berorientasi pada pelayanan, disiplin, dedikasi dan loyalitas tinggi terhadap tugas yang diemban maupun terhadap organisasi, sehingga diharapkan tercapai kinerja yang optimal.

Perusahaan rokok PT. Sukun Kudus mempunyai jumlah pegawai seluruhnya 436 orang terdiri dari bagian administrasi 52 orang (12%), bagian produksi 244 orang (56%), bagian pemasaran 79 orang (18%), bagian gudang 39 orang (9%) dan lain-lain 22 orang (5%). Keberadaan pegawai dalam tingkat kinerja pada tahun 2010 menunjukkan bahwa masih terdapat pegawai yang datang terlambat dan tidak masuk kerja tanpa keterangan (tabel 1). Kondisi semacam ini dipandang sudah sangat mengganggu kinerja perusahaan.

Sebagai perusahaan, PT. Sukun Kudus dituntut untuk mengelola sumber daya manusia dengan baik, agar tujuan organisasi tercapai. Sesuai dengan fungsinya untuk merumuskan dan mengkoordinir pelaksanaan kebijakan, kesungguhan kerja sangat dibutuhkan. Kesungguhan kerja ditentukan oleh sumber daya manusia dan pengelolaan, oleh karena

itu selalu meningkatkan profesionalisme pegawai dalam upaya memberikan pelayanan. Terciptanya budaya organisasi yang kuat, gaya kepemimpinan yang sangat mendukung aktivitas kinerja dan lingkungan kerja yang memenuhi standar minimal pelayanan sangat diharapkan dapat memberikan kepuasan pada pegawai serta meningkatnya kinerja pegawai dalam melaksanakan tugas dan pelayanan.

Ketidakpuasan pegawai perusahaan dalam beberapa aspek pengelolaan SDM dan indisipliner pegawai mengakibatkan turunnya kinerja, sehingga dapat mengurangi motivasi kerja pegawai untuk memenuhi kebutuhan intrinsik, seperti mengembangkan diri, prestasi dan mengekspresikan diri, demikian juga budaya organisasi. Faktor lain adalah kepemimpinan sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan secara berkelanjutan.

Keterlibatan pimpinan membuat pegawai lebih berkomitmen dalam bekerja. Menurut Perrot (2001: 89) kepemimpinan yang baik merupakan salah satu bentuk dari kinerja. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja, kepemimpinan, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai pada PT. Sukun Kudus?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja, kepemimpinan, dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada PT. Sukun Kudus?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai pada PT. Sukun Kudus?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Heidjrachman dan Suad Husnan (2000: 77) di dalam masyarakat yang selalu berkembang, manusia senantiasa mempunyai kedudukan yang sangat penting. Meskipun berada, atau sedang menuju, dalam masyarakat yang berorientasi kerja (Work Oriented), memandang kerja adalah sesuatu yang mulia, tidaklah berarti mengabaikan manusia yang melaksanakan pekerjaan tersebut. Pandangan atau falsafah yang dimiliki masyarakat menunjukkan hak tersebut dengan semakin kuatnya permintaan untuk memperhatikan aspek manusia dan bukan aspek teknologi dan ekonomi dalam setiap usaha.

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan pula sebagai suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai). Pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai (A.P. Mangkunegara, 2001: 2).

Malayu Hasibuan (2002: 10) mendefinisikan Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, pegawai dan masyarakat.

Lingkungan Kerja

Alex S. Nitisemito (2000: 183) mendefinisikan "Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang diembankan". Sedarmayati (2003:1) mendefinisikan: "Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi lingkungan sekitarnya di mana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok". Sedarmayanti (2003:21) menyatakan bahwa secara garis besar, jenis lingkungan kerja terbagi menjadi 2 (dua) yakni: (a) lingkungan kerja fisik, dan (b) lingkungan kerja non fisik. Selain itu Sedarmayanti (2003: 21), menyebutkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya suatu kondisi lingkungan kerja dikaitkan dengan kemampuan pegawai, diantaranya adalah: Penerangan/Cahaya di Tempat Kerja, Temperatur di Tempat Kerja, Kelembaban di Tempat Kerja, Sirkulasi Udara di Tempat Kerja, Kebisingan di Tempat Kerja, Getaran Mekanis di Tempat Kerja, Baubauan di Tempat Kerja, Tata Warna di Tempat Kerja, Dekorasi di Tempat Kerja, Musik di Tempat Kerja, Keamanan di Tempat Kerja. Sedangkan indikator lingkungan kerja menurut Sedarmayanti (2003:46) adalah penerangan, suhu udara, suara bising, penggunaan warna, ruang gerak yang diperlukan, keamanan kerja dan hubungan pegawai.

Kepemimpinan

Dubrin, A.J., (2005:3) mengemukakan bahwa kepemimpinan itu adalah upaya mempengaruhi banyak orang melalui komunikasi untuk mencapai tujuan, cara

mempengaruhi orang dengan petunjuk atau perintah, tindakan yang menyebabkan orang lain bertindak atau merespons dan menimbulkan perubahan positif, kekuatan dinamis penting yang memotivasi dan mengkoordinasikan organisasi dalam rangka mencapai tujuan, kemampuan untuk menciptakan rasa percaya diri dan dukungan diantara bawahan agar tujuan organisasional dapat tercapai.

Siagian (2002:66) mengemukakan bahwa peranan pemimpin atau kepemimpinan dalam organisasi atau perusahaan ada tiga bentuk yaitu peranan yang bersifat interpersonal, informasional, dan peran pengambilan keputusan. Sutiadi (2003:4) mengemukakan bahwa peran kepemimpinan dalam organisasi adalah sebagai pengatur visi, motivator, penganalisis, dan penguasaan pekerjaan. Yasin (2001:6) mengemukakan bahwa keberhasilan kegiatan usaha pengembangan organisasi, sebagian besar ditentukan oleh kualitas kepemimpinan atau pengelolanya dan komitmen pimpinan puncak organisasi untuk investasi energi yang diperlukan maupun usaha-usaha pribadi pimpinan.

Budaya Organisasi

Ida Ayu Brahmasari (2004: 16) mengemukakan bahwa budaya organisasi sebagai suatu konsep dapat menjadi suatu sarana untuk mengukur kesesuaian dari tujuan organisasi, strategi dan organisasi tugas, serta dampak yang dihasilkan. Tanpa ukuran yang valid dan reliabel dari aspek kritis budaya organisasi, maka pernyataan tentang dampak budaya pada kinerja akan terus berdasarkan pada spekulasi, observasi personal dan studi kasus.

Robbins (1996:21) menjelaskan mengenai 3 (tiga) kekuatan untuk mempertahankan suatu budaya organisasi yaitu praktik seleksi, manajemen puncak, sosialisasi.

Hofstede (1983) dalam Suwanto dan Koeshartono (2009:2) mengemukakan bahwa budaya organisasi mempunyai 5 (lima) ciri-ciri pokok yaitu : budaya organisasi merupakan satu kesatuan yang integral dan saling terkait; budaya organisasi merupakan refleksi sejarah dari organisasi yang bersangkutan; budaya organisasi berkaitan dengan hal-hal yang dipelajari oleh para antropolog, seperti ritual, simbol, ceritera, dan ketokohan; budaya organisasi dibangun secara sosial, dalam pengertian bahwa budaya organisasi lahir dari konsensus bersama dari sekelompok orang yang mendirikan organisasi tersebut dan budaya organisasi sulit diubah.

Kepuasan Kerja (*Job Satisfaction*)

Weimer, AM., Bowen, D., Long, JD., (1994: 26) mengemukakan bahwa kepuasan kerja adalah kondisi kesukaan atau ketidaksukaan menurut pandangan pegawai terhadap pekerjaannya. Koesmono, HT (2005: 48) mengemukakan bahwa kepuasan kerja merupakan kegembiraan atau pernyataan emosi yang positif hasil dari penilaian salah satu pekerjaan atau pengalaman-pengalaman pekerjaan. Davis (1985) dalam Mangkunegara (2005: 117) mengemukakan bahwa *job satisfaction is related to a number of major employee variables, such as turnover, absences, age, occupation, and size of the organization in which an employee works*. Berdasar pendapat tersebut, Mangkunegara (2005: 117) mengemukakan bahwa kepuasan kerja berhubungan dengan variabel-variabel

seperti *turnover*, tingkat absensi, umur, tingkat pekerjaan, dan ukuran organisasi perusahaan. Kepuasan kerja berhubungan dengan *turnover* mengandung arti bahwa kepuasan kerja yang tinggi selalu dihubungkan dengan *turnover* pegawai yang rendah, dan sebaliknya jika pegawai banyak yang merasa tidak puas maka *turnover* pegawai tinggi. Kepuasan kerja berhubungan dengan tingkat absensi (kehadiran) mengandung arti bahwa pegawai yang kurang puas cenderung tingkat ketidakhadirannya tinggi.

Kepuasan kerja berhubungan dengan umur mengandung arti bahwa pegawai yang cenderung lebih tua akan merasa lebih puas dari pada pegawai yang berumur relatif lebih muda, karena diasumsikan bahwa pegawai yang tua lebih berpengalaman menyesuaikan diri dengan lingkungan pekerjaan dan pegawai dengan usia muda biasanya mempunyai harapan yang ideal tentang dunia kerja, sehingga apabila antara harapan dengan realita kerja terdapat kesenjangan atau ketidak-seimbangan dapat menyebabkan mereka menjadi tidak puas.

Kepuasan kerja dihubungkan dengan tingkat pekerjaan mengandung arti bahwa pegawai yang menduduki tingkat pekerjaan lebih tinggi cenderung lebih puas dari pada pegawai yang menduduki pekerjaan yang lebih rendah, karena pegawai yang tingkat pekerjaan lebih tinggi menunjukkan kemampuan kerja yang baik dan aktif dalam mengemukakan ide-ide serta kreatif dalam bekerja. Kepuasan kerja berhubungan dengan ukuran organisasi perusahaan mengandung arti bahwa besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi proses

komunikasi, koordinasi, dan partisipasi pegawai sehingga dapat mempengaruhi kepuasan kerja pegawai.

Kinerja

M. Hasibuan, (2002:6) mengemukakan bahwa kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya dengan didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. C.T. Alewine, (1992: 244) mengemukakan bahwa kinerja sering disebut dengan *performance* atau *result* yang diartikan dengan apa yang telah dihasilkan oleh individu pegawai dipengaruhi oleh kinerja organisasi (*organizational performance*) itu sendiri yang meliputi pengembangan organisasi (*organizational development*), rencana kompensasi (*compensation plan*), sistem komunikasi (*communication system*), gaya manajerial (*managerial style*), struktur organisasi (*organization structure*), kebijakan dan prosedur (*policies and procedures*).

Variabel *employee outcomes* yang berupa kinerja pegawai menurut beberapa penelitian diartikan sebagai suatu tingkatan dimana para pegawai menjalankan peran sesuai dengan tanggung jawab secara efektif (Bateman & Organ, 1993 dalam Miller, 1999: 122). Robert, M. Raft dalam Temple (1999) mengungkapkan ada tujuh faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai, yaitu : sistem upah untuk memperbaiki motivasi kerja dalam pelaksanaan tugas; penetapan tujuan untuk menambah motivasi kerja, program *Manajemen By Objective (MBO)* untuk menjelaskan dan membuat agar tujuan individu sejalan dengan perusahaan, berbagai prosedur seleksi

pegawai untuk mencari kemungkinan menyewa/mengontrak individu yang berbobot dalam berpengalaman. Program pengembangan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pegawai sehingga dapat berfungsi dengan efektif, penggantian kepemimpinan dan program untuk memperbaiki efektifitas manajerial, mengubah struktur organisasi untuk memperbaiki efektifitas organisasi.

Hubungan Lingkungan Kerja, Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Kinerja Pegawai.

Lingkungan kerja yang baik diciptakan untuk kondisi yang kondusif, lingkungan kerja yang kondusif dapat diciptakan oleh pegawai dan perusahaan akan mendorong mengefektifkan organisasi tersebut di dalam menjalankan roda organisasi, dan akan menimbulkan semangat dan gairah kerja yang tinggi karena adanya lingkungan kerja yang baik dan menyenangkan. Budaya organisasi dan lingkungan kerja sebagai dua faktor yang mempengaruhi kinerja sebaiknya dilakukan dengan baik, karena akan sangat menentukan keberhasilan baik bagi pegawai maupun organisasi, karena jika mendapat perhatian dari perusahaan maka keuntungan yang diperoleh sangat besar dan berguna untuk masa kini maupun mendatang.

Perusahaan memperoleh keuntungan berupa pencapaian tujuan dan produktivitas yang tinggi dan bagi pegawai memperoleh kinerja yang tinggi. Pentingnya peran pekerjaan bagi kehidupan pegawai berhubungan dengan keyakinan bahwa pekerjaan dapat memenuhi kebutuhan intrinsik maupun ekstrinsik, misalnya kebutuhan untuk berprestasi dan kebutuhan akan gaji yang

besar. Apabila pegawai yakin bahwa pekerjaan mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka akan ada usaha untuk memenuhinya dengan mengerahkan segenap tenaga dalam bekerja. Brown (1996: 66) menyatakan bahwa pegawai memiliki motivasi tinggi terhadap pekerjaan akan mengerahkan usaha yang lebih besar dalam bekerja. Brown dan Leigh (1996: 51) berdasar penelitiannya menemukan bahwa keterlibatan kerja akan mengarahkan pada kinerja yang baik dengan adanya usaha (*effort*).

Kepemimpinan yang baik dapat mempengaruhi perilaku serta sikap individu anggota organisasi. Iklim mempunyai dua sifat yaitu menguntungkan (*favorable*) dan tidak menguntungkan (*unfavourable*). Iklim yang *favorable* akan menghasilkan pemecahan masalah secara terbuka, sikap loyal, kerjasama yang baik, meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja serta kesediaan individu untuk berusaha maksimal dalam bekerja dan berkualitas (Fiedler, F., 1999: 88). Budaya organisasi merupakan deskripsi dari rendahnya keterlibatan kerja. Kepuasan kerja mampu mengurangi adanya kecenderungan untuk berpindah pekerjaan (Reed, et al, 1994: 43).

Iklim kerja yang mendukung akan mempengaruhi kepuasan kerja para pegawai (Agarwal, S., MK. Erramilli, and C. Dev, 2003: 43). Didukung penelitian yang dilakukan oleh Parken, et al., (2003) bahwa budaya organisasi mempunyai variasi hubungan dengan perilaku organisasi, diantaranya kepuasan kerja, komitmen organisasi, keterlibatan kerja, motivasi pegawai dan kinerja pegawai.

Hubungan Kepuasan Kerja dengan Kinerja Pegawai

Wright, P.L., (1998: 89) yang membedakan kinerja menjadi *in-role performance* dan *extra role performance*. Kinerja yang mempengaruhi adalah *in-role performance* sedangkan kinerja yang dipengaruhi *extra role performance*, sehingga pendapat-pendapat penelitian terdahulu mengenai kepuasan kerja dipengaruhi atau mempengaruhi kinerja dianggap benar tergantung dari kinerja mana yang dijadikan variable.

Tingkat kepuasan kerja pegawai secara umum berhubungan dengan keefektifan pada organisasi. Oliver (1997) mengemukakan bahwa kepuasan kerja mempunyai hubungan yang signifikan dengan kinerja, selanjutnya pegawai yang merasa terpuaskan terhadap pekerjaan, biasanya bekerja lebih keras dan lebih baik dibandingkan pegawai yang mengalami stress dan tidak terpuaskan terhadap pekerjaannya. Kepuasan dan sikap pegawai merupakan hal yang penting dalam menentukan perilaku respon terhadap pekerjaan, dan melalui perilaku ini organisasi yang efektif dapat tercapai.

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan kajian teori maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

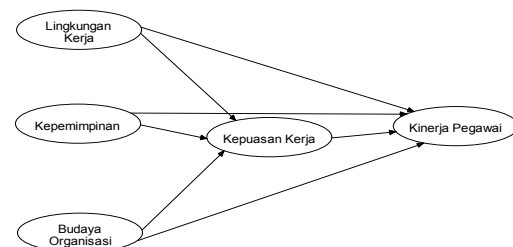
1. Lingkungan kerja, kepemimpinan, dan budaya organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai pada pabrik rokok PT. Sukun Kudus.
2. Lingkungan kerja, kepemimpinan, dan budaya organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai pada pabrik rokok PT. Sukun Kudus.

3. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai pada pabrik rokok PT. Sukun Kudus.

Pengembangan Model

Berdasarkan hasil telaah pustaka maka penelitian ini menggunakan pengembangan model sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Konseptual



Sumber : Robins (2003)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian *Explanatory research* yang akan membuktikan hubungan kausal antara variabel bebas yaitu variabel lingkungan kerja, variabel kepemimpinan, dan variabel budaya organisasi; variabel antara (*endogen*) yaitu variabel kinerja pegawai dan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi. Serta penelitian korelasional, yaitu penelitian yang berusaha untuk melihat apakah antara dua variabel atau lebih memiliki hubungan atau tidak, dan seberapa besar hubungan itu serta bagaimana arah hubungan tersebut (Suharsimi Arikunta, 2006:29).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pabrik rokok PT. Sukun Kudus dengan jumlah 436 orang. Karena

keterbatasan yang ada, maka peneliti tidak menganalisis seluruh populasi. Jumlah sampel yang diambil 120 orang, dengan menggunakan metode *purposive sample*, yaitu cara pengambilan subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006 :140).

Teknis Analisis Data

Pengujian hipotesis menggunakan teknis analisis SEM atau *Structural Equation Modelling* yang dioperasikan melalui program AMOS. *Structural equation* yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antara berbagai konstruk adalah:

$$\text{KepK} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{LK} + \alpha_2 \text{Kp} + \alpha_3 \text{BO} + e_1$$

$$\text{KinP} = \beta_0 + \beta_1 \text{LK} + \beta_2 \text{Kp} + \beta_3 \text{BO} + e_2$$

$$\text{KinP} = \beta_0 + \beta_1 \text{KepK} + e_3$$

Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurrement model*) di mana harus ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel. Komponen-komponen ukuran mengidentifikasi latent variables dan komponen-komponen struktural mengevaluasi hipotesis hubungan kausal, antara *latent variables* pada model kausal dan menunjukkan sebuah pengujian seluruh hipotesis dari model sebagai satu keseluruhan (Ferdinand, 2002).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Analisis *Full Structural Equation Model*

Setelah dilakukan evaluasi atas asumsi-asumsi SEM, analisis selanjutnya adalah

evaluasi atas kesesuaian model yang diajukan dalam penelitian ini dengan berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Hasil revisi model menghasilkan tingkat kesesuaian model cukup baik.

Untuk evaluasi kriteria *goodness-of-fit index*, pada Tabel 2 berikut disajikan perbandingan indeks uji hipotesis yang dihasilkan dengan kriteria *goodness-of-fit index*.

Tabel 2
Evaluasi Kriteria Goodness-Of-Fit

Kriteria	Nilai Kritis	Model Penelitian	Evaluasi Model
χ^2 (<i>Chi-Square</i>)	Diharapkan kecil	236,539	
Probability	$\geq 0,05$	0,102	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,019	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,726	C u k u p Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,814	C u k u p Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,385	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,796	Baik

Sumber: Data awal diolah, 2011

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan memperlihatkan tingkat kesesuaian yang baik, bearti dapat dinyatakan bahwa pengujian model penelitian menghasilkan konfirmasi yang baik atas hubungan-hubungan kausalitas antar variabel.

Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan nilai C.R yang identik dengan t-hitung, pada hasil pengolahan dibandingkan dengan nilai kritisnya yaitu $\pm 1,96$ pada tingkat signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 3
Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM

No	Variabel Berpengaruh	Variabel Dipengaruhi	Nilai Estimasi	Thitung/ C.R	P(2 tail)
1.	Lingkungan (X_1)	K e p u a s a n (Y_1)	0,286	2,973	0,000
		Kinerja (Y_2)	.0,264	2,026	0,000
2.	Kepemimpinan (X_2)	K e p u a s a n (Y_1)	0,482	2,898	0,000
		Kinerja (Y_2)	0,208	2,185	0,021
2.	Budaya Organisasi (X_3)	K e p u a s a n (Y_1)	0,365	3,289	0,000
		Kinerja (Y_2)	0,152	1,482	0,103
3.	Kepuasan (Y_1)	Kinerja (Y_2)	0,814	3,605	0,000

Sumber: Data awal diolah, 2011

Nilai kritis $\pm 1,96$ dan signifikan 5%.

Mengacu pada hasil pengujian tahap akhir terhadap model keseluruhan, maka dapat dituliskan persamaan model matematik dalam bentuk *Structural Equation Model* (SEM) sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,286 X_1 + 0,482 X_2 + 0,365 X_3 + \zeta_1, R^2 = 0,398 \quad (1)$$

$$Y_2 = 0,264 X_1 + 0,208 X_2 + 0,152 X_3 + 0,814 Y_1 + \zeta_2, R^2 = 0,687 \quad (2)$$

Nilai *square multiple correlation* yang dalam statistik dikenal dengan R^2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Nilai *squared multiple correlation* pada persamaan pertama adalah 0,398. Nilai ini mengindikasikan bahwa 39,8% dari variasi nilai kepuasan kerja ditentukan oleh variasi lingkungan kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi.

2) Nilai *squared multiple correlation* pada persamaan kedua adalah 0,687. Nilai ini mengindikasikan bahwa 68,7% dari variasi nilai kinerja ditentukan oleh variasi nilai lingkungan kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi dan kepuasan kerja.

Berdasarkan pada model penelitian yang digunakan, maka analisis pengaruh ini terdapat satu yang tidak berpengaruh, yaitu budaya organisasi terhadap kinerja. Pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut ditampilkan dalam Tabel berikut.

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis (Pengaruh langsung/Direct)

	Hipotesis	Kesimpulan
H_1	Lingkungan kerja, Kepemimpinan, dan Budaya organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai.	Diterima
H_2	Lingkungan kerja, Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai.	LK, Kp Diterima, BO ditolak
H_3	Kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang signifikan dengan kinerja pegawai.	Diterima

PEMBAHASAN

HASIL UJI HIPOTESIS DAN ANALISIS PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Hasil pengujian hipotesis dan analisis pengaruh, diuraikan sebagai berikut:

Hasil rekap pengaruh tidak langsung tersebut ditampilkan dalam Tabel berikut.

Tabel 6

Hasil Pengujian Hipotesis (Pengaruh Tidak langsung/Indirect)

Hipotesis	Kesimpulan
a Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja melalui kepuasan kerja	Signifikan
b Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja melalui kepuasan kerja	Signifikan
c Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja melalui kepuasan kerja	Signifikan

Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Pegawai

Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai, artinya bahwa lingkungan kerja memang sangat diperlukan oleh seorang pegawai untuk dapat mencapai suatu kepuasan kerja yang tinggi meskipun menurut sifatnya kepuasan kerja itu sendiri besarnya sangat relatif atau berbeda antara yang satu dengan orang lain.

Tetapi secara keseluruhan, responden menyatakan bahwa selama bekerja menyatakan merasa puas atas lingkungan kerja yang selama ini diberikan oleh manajemen kepada para pegawai. Hasil penelitian ini mendukung beberapa pendapat dan teori tentang lingkungan

yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut: Robbins (2003:55); Herzberg dalam Krietner dan Kinicki (2005:262); Mangkunegara (2005:19).

Kepemimpinan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai, artinya hasil dari pelaksanaan aktivitas manajerial kepemimpinan yang dijalankan belum tentu mempunyai dampak yang selalu positif atau baik bagi organisasi, sebab semakin tinggi pelaksanaan aktivitas manajerial kepemimpinan dilakukan, maka akan berdampak pada penurunan kinerja pegawai dari waktu ke waktu. Pelaksanaan aktivitas kepemimpinan yang lebih banyak ke arah menekan pegawai bisa saja menyebabkan seorang pegawai dapat mencapai kepuasan dalam bekerja, tetapi belum tentu dapat membawa pengaruh yang positif dalam pembentukan kepribadian bawahan untuk ikhlas bekerja mencapai tujuan organisasi. Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori kepemimpinan yang dikemukakan oleh: Dubrin, Andrew J., (2005:3); Agarwal, S., MK. Erramilli, and C. Dev, (2003); Krietner, K., dan Kinicki, A., (2003); Robbins (1996:41-44).

Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai, artinya budaya organisasi merupakan suatu konsep yang dapat dijadikan sarana untuk mengukur kesesuaian dari tujuan organisasi, strategi dan organisasi tugas, serta dampak yang dihasilkan, karena tanpa ukuran yang valid dan reliabel dari aspek kritis budaya organisasi maka pernyataan tentang dampak budaya pada kepuasan kerja pegawai dan kinerja perusahaan akan terus berdasarkan pada spekulasi, observasi personal dan studi kasus (Marcoulides dan Heck (1993)

dalam Brahmasari (2004:16)). Hasil penelitian ini mendukung pendapat tentang budaya organisasi yang dikemukakan oleh Robbins (2001:528) dalam Koesmono (2005:79).

Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai

Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja tentu mempengaruhi kinerja pegawai. Hal ini dapat terjadi karena pegawai yang merasa puas karena telah dipenuhi kebutuhannya oleh manajemen dapat bekerja secara optimal.

Belum optimalnya kerja seorang pegawai dibatasi oleh adanya kebijakan atasan misalnya berhubungan dengan waktu lembur, yaitu pegawai yang telah terpenuhi kebutuhannya merasa bahwa manajemen telah memberikan penghargaan kepada dirinya sehingga dia merasa harus bekerja dengan profesional, artinya apabila terdapat pekerjaan yang melekat pada dirinya sampai dengan jam kerja belum selesai tetapi dapat diselesaikan hari tersebut, pegawai tersebut bermaksud untuk menyelesaikan karena dedikasi dan loyalitas terhadap pekerjaan meskipun tidak diperhitungkan waktu lembur.

Tetapi pihak manajemen menentukan bahwa sesuai ketentuan yang ada hal tersebut tidak diperkenankan, akhirnya pegawai tersebut akan menyelesaikan pada hari berikutnya. Kondisi ini yang salah satunya menjadi suatu pertimbangan dan alasan bahwa lingkungan kerja berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan kerja serta lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya kepemimpinan merupakan suatu upaya untuk mempengaruhi banyak orang melalui proses komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi diharapkan dapat menimbulkan perubahan positif berupa kekuatan dinamis yang dapat mengkoordinasikan organisasi dalam rangka mencapai tujuan jika diterapkan sesuai dengan koridor yang telah ditetapkan kedua belah pihak sesuai dengan jabatan yang dimiliki. Hasil penelitian ini mendukung pendapat dan teori tentang kepemimpinan yang dikemukakan oleh: Dubrin dan Andrew J., (2005:3); Kreitner dan Kinichi (2005:300); Robins (1996:41).

Budaya organisasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya budaya organisasi yang merupakan hasil dari interaksi ciri-ciri kebiasaan yang mempengaruhi kelompok-kelompok orang dalam lingkungan organisasi, akan membentuk suatu persepsi subyektif keseluruhan mengenai organisasi berdasarkan pada faktor-faktor seperti toleransi resiko, tekanan pada tim, dan dukungan orang, persepsi keseluruhan ini akan menjadi budaya atau kepribadian organisasi tersebut yang mampu mendukung dan mempengaruhi kepuasan kerja pegawai serta dampak yang lebih besar pada budaya yang lebih kuat. Hasil penelitian ini mendukung teori tentang budaya organisasi yang dikemukakan oleh Marcoulides dan Heck (1993) dalam Brahmasari (2004:16); Schein dalam Tika, P., (2008:2); Deal dan

Kennedy (1982) dalam Tika, P., (2008:16); Robbins (2001:528) dalam Koesmono (2005:79).

Pengaruh Kepuasan Kerja Pegawai terhadap Kinerja Pegawai

Kepuasan kerja pegawai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya bahwa secara umum kepuasan kerja pegawai yang tinggi akan mampu meningkatkan kinerja pegawai. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Hasibuan (2002:6), Koesmono (2005) memberikan suatu kesimpulan bahwa kepuasan kerja secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja.

PENUTUP / SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kepuasan Kerja pegawai dipengaruhi oleh Lingkungan Kerja, Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi. Lingkungan Kerja mempunyai pengaruh langsung yang kuat dan signifikan, oleh karena itu keberadaan lingkungan kerja mampu menciptakan kepuasan kerja bagi pegawai.

Kepemimpinan mempunyai pengaruh langsung yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan kerja, pemimpin menjadi tolok ukur dalam melaksanakan kegiatan pekerjaan sehari-hari, sehingga dibutuhkan pemimpin yang mampu menyembari kemauan karyawan dan kepentingan perusahaan. Budaya Organisasi juga mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan kerja, artinya dibutuhkan budaya kerja yang kondusif untuk dapat menciptakan kepuasan pegawai, sehingga karyawan akan

merasa lebih nyaman dan aman dalam melaksanakan tugasnya. Secara bersama-sama lingkungan kerja, kepemimpinan, dan budaya organisasi mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

Peningkatan Kinerja Pegawai dipengaruhi langsung oleh Lingkungan Kerja, dan Kepemimpinan, serta dipengaruhi tidak langsung oleh Budaya Organisasi. Lingkungan Kerja mempunyai pengaruh langsung yang kuat dan signifikan, oleh karena itu keberadaan lingkungan kerja mampu menciptakan peningkatan kerja bagi pegawai. Kepemimpinan mempunyai pengaruh langsung yang kuat dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pegawai, pemimpin menjadi tolok ukur dalam melaksanakan kegiatan pekerjaan sehari-hari, sehingga pemimpin mampu mengayomi, melindungi dan memberdayakan karyawan sesuai dengan kondisi perusahaan. Budaya organisasi berpengaruh langsung tetapi tidak kuat terhadap kinerja pegawai serta tidak berpengaruh positif.

Kepuasan kerja mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja dan signifikan, kondisi ini menunjukkan bahwa bagi pegawai yang merasa kepuasannya terpehului dalam bekerja akan memaksimalkan kemampuan untuk meningkatkan kinerja dalam perusahaan, semakin tinggi tingkat kepuasan pegawai maka akan semakin tinggi pula tingkat kinerjanya.

Implikasi

Implikasi Teoritis.

Studi ini menemukan *research gap* pengaruh lingkungan, kepemimpinan

dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai, dengan menemukan road map lingkungan, kepemimpinan dan budaya organisasi menuju kepada kinerja pegawai. Road map tersebut adalah dengan membangun tindakan meningkatkan kepercayaan karyawan, meningkatkan pemahaman lingkungan kerja, menambah pemahaman budaya organisasi dan pemahaman interaksi kepemimpinan dapat meningkatkan kinerja pegawai pada perusahaan. Tindakan berbagai pengetahuan ditunjukkan dengan kemampuan terhadap lingkungan, kepemimpinan dan budaya organisasi serta keinginan karyawan dalam mengembangkan kondisi perusahaan agar merasa nyaman dalam bekerja.

Studi ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Andrew J. Dubrin, (2005:3); yang menyatakan bahwa kinerja pegawai dipengaruhi oleh lingkungan kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi.

Untuk meningkatkan kinerja pegawai diperlukan peningkatan kepuasan kerja karyawan yang didasari oleh kondisi lingkungan kerja kondusif, kepemimpinan yang baik dan budaya organisasi yang mampu melindungi pegawai seperti milik sendiri terhadap perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Koesmono (2005) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja secara positif dan signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.

Implikasi Managerial.

Pengusaha rokok diharapkan selalu menjaga dan memelihara kondisi lingkungan kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi sebagai suatu kesatuan dalam memberikan pelayanan terhadap pegawai agar merasa

nyaman dan kerasan dalam melaksanakan pekerjaan. Kondisi ini akan membangun sistem kepercayaan terhadap karyawan dalam sebuah organisasi.

Pengusaha perlu adanya kedekatan dengan karyawan dalam membangun budaya organisasi, melalui kerja sama, menjalin hubungan, sehingga terpeliharaan kesetiaan diantara karyawan terhadap perusahaan.

Ketatnya persaingan usaha menyebabkan pihak perusahaan mampu menciptakan kinerja yang lebih baik antara lain dengan meningkatkan kondisi lingkungan kerja yang maksimal, kepemimpinan yang bisa ngayomi, mengembangkan dan mandegani, serta kondisi budaya organisasi yang bisa membawa pegawai menjadi merasa lebih nyaman.

Keterbatasan Penelitian.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah:

Uji kelayakan model. Hubungan antar indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten banyak yang memiliki nilai loading dibawah 0,5 agar model layak untuk diuji, sehingga masih dimungkinkan untuk menemukan indikator-indikator lain yang lebih sesuai untuk diteliti.

Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh yang kuat antara budaya organisasi dengan kinerja pegawai, oleh karena itu penelitian ini menimbulkan riset gap baru yang perlu dipecahkan dalam penelitian berikutnya.

Penelitian ini hanya berdasarkan pada satu jenis industri yaitu perusahaan rokok di Kudus, sehingga masih dimungkinkan untuk dilakukan penelitian sejenis di industri yang lain.

Daftar Pustaka

- Agarwal, S., MK. Erramilli, and C. Dev, 2003. Market Orientation and Performance in Service Firms: Role of Innovation, *Journal of Services Marketing*, Vol. 17, pp. 68-82.
- Alewine, C.T., 1992. *Penilaian Kinerja dan Standar Kinerja*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bateman & Organ, 1993 dalam Miller, 1999. *Building the Ultimate Resource*, *Management Review*, 88(1), pp. 42-45.
- Brahmasari, Ida Ayu, 2004. Pengaruh Variabel Budaya Instansi pemerintah terhadap Komitmen Pegawai dan Kinerja Instansi pemerintah Kelompok Penerbitan Pers Jawa Pos, *Disertasi Universitas Airlangga*, Surabaya.
- Brown, 1996. The Effects of Resources Availability and Entrepreneurial Orientation on Firm Growth. *Frontiers of Entrepreneurship*.
- Brown dan Leigh, 1996. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, vol 17, no. 1, pp. 99-120.
- Davis (1985) dalam Mangkunegara (2005: 117), *Manajemen Sumber Daya Manusia Instansi pemerintah*, Cetakan Keenam, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Deal dan Kennedy (1982) dalam Tika, P., 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*, Jakarta : Bumi Aksara
- Dubrin, Andrew J., 2005. *Leadership (Terjemahan)*, Edisi Kedua, Jakarta: Prenada Media.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Fiedler, F., 1999. *Improving leadership Effectiveness: The Leader Match Concept*, New York: McGraw-Hill.
- Hasibuan, M., 2002. *Organisasi dan Motivasi: Dasar Peningkatan Produk*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heidjrachman dan Suad Husnan, 2000. *Wiraswasta Indonesia*, Yogyakarta: BPFE.
- Herzberg dalam Krietner dan Kinicki, 2005. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Heidjrachman dan Suad Husnan, 2000. *Wiraswasta Indonesia*, Yogyakarta: BPFE.
- Hofstede (1983) dalam Suwanto dan Koeshartono, 2009. *Budaya Organisasi, Kajian konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Koesmono, H.T., 2005. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja serta Kinerja Pegawai pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Ekspor di Jawa Timur, *Disertasi Universitas Airlangga*, Surabaya.

- Kreitner, R, dan Kinichi, A., 2003. *Perilaku Organisasi* (terjemahan). Jakarta : Salemba.
- Mangkunegara, AP. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia Instansi pemerintah* (Cetakan Ketiga), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- , 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Instansi pemerintah*, Cetakan Keenam, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marcoulides dan Heck (1993) dalam Brahmasari, 2004. Pengaruh Variabel Budaya Instansi pemerintah terhadap Komitmen Pegawai dan Kinerja Instansi pemerintah Kelompok Penerbitan Pers Jawa Pos, *Disertasi* Universitas Airlangga, Surabaya.
- Nitisemito, A.S., 2000. *Manajemen Personalia: Manajemen Sumber Daya Manusia*, Ed. 3, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, 1997. Sustainable Competitive Advantage: Combination Institutional and Resources Based Views, *Strategic Management Journal*, 18(9), pp. 697-713.
- Parken, et al, 2003. Towards a knowled. Based Theory of The Firm. *Strategic Management Journal*, 17, pp. 109-122.
- Perrot, 2001. *The Theory of The Growth of The Firm*, New York: John Wiley & S Sons Inc.
- Reed, et al, 1994. *The Dynamics of Leadership*, Dnville, IL: Interstate Printers and Publishers, Inc.
- Robbins, 1996. *Organizational Behavior*, NewYersey: Prentice Hall, inc, International Edition.
- Robbins (2001) dalam Koesmono, 2005. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja serta Kinerja Pegawai pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Ekspor di Jawa Timur, *Disertasi* Universitas Airlangga, Surabaya.
- Robbins, S.P, 2003. *Perilaku Organisasi, Konsep-Kontroversial-Aplikasi*, Jilid I, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: PT. Prebalindo.
- Robert, M. Raft dalam Temple, 1999. *Kinerja, Seri Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schein dalam Tika, P., 2008. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Sedarmayati, 2003. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Bandung: Mandar Maju.
- Siagian, 2002. *Wiraswasta Orientasi Konsepsi dan Ikrar*, Bandung: Tugas Wiraswasta.
- Sutiadi, 2003. *Manajemen Resiko Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia no 13 Tahun 2003. Tentang Ketenagakerjaan.

- Weimer, AM., Bowen, D., Long, JD., 1994. *Introduction to Business: A Management Aproach*, 8th ed. Hoomwood: Richard D. Irwin, Inc.
- Wright, P.L., 1998. *Improving Leadership Performance*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall International.
- Yasin, 2001. *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Jakarta: Rajawali Pres.

Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Panas Cipari Kabupaten Cilacap

Suliyanto

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

suli_yanto@yahoo.com

Abstract

The aims of this study to analyze the feasibility of investement and to make strategy for the development of tourism destination hot water Cipari in Cilacap regency.

Analysis tools to analyze feasibility of market and social economic aspec used descriptive analysis, to analyze the investment feasibility of financial aspec used Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), while the analyze tool to analyze fitness of strategy used SWOT analysis and matrix space analysis.

Based on the analysis can be concluded tourism destination hot water Cipari have potencial market and positive effect on economy society, strategy to develop of tourism destination hot water Cipari was agressive.

Keywords: *feasibility investment, strategy, and tourism destination.*

PENDAHULUAN

Obyek wisata pemandian air panas Cipari, merupakan salah satu obyek wisata di Cilacap. Obyek wisata ini berlokasi di Desa Cipari, Kecamatan Cipari yang berjarak sekitar 86 km dari Kota Cilacap. Air panas yang bersumber dari tempat yang mirip sumur tersebut memiliki keunikan tersendiri karena bukan berasal dari sebuah mata air di kaki gunung berapi, melainkan sebuah sumur dengan air yang relatif panas dan mengandung belerang.

Pemandian air panas Cipari ini muncul pada tahun 1936 pada saat pemerintah belanda berusaha mengexplorasi minyak di Cipari yang diduga memiliki kandungan minyak, namun pada saat pengeboran yang muncul adalah semburan air panas, sehingga pengeboran dihentikan dan semburan air panas ini dimanfaatkan sebagai tempat pemandian. Di dekat lokasi pemandian

terdapat air terjun yaitu curung Cipari disamping itu juga terdapat perkebunan karet beserta pabriknya yaitu di Cisuru (BPMMP Cilacap, 2012).

Dalam perkembangannya kondisi obyek wisata pemandian air panas Cipari belum sesuai dengan yang diharapkan, hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang masih sangat sedikit, dan hanya mampu menutup biaya operasional saja, sehingga belum mampu memberikan kontribusi ke Pendapatan Asli daerah (PAD) Kabupaten Cilacap secara optimal. Namun ketertarikan dari wisata pemandian air panas ini kurang diimbangi dengan fasilitas yang disediakan, padahal dengan sedikit renovasi dan perbaikan akan semakin menarik minat para pengunjungnya. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dirumuskan strategi bagi pengembangan obyek wisata pemandian air air panas Cipari.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Pariwisata

Pariwisata menurut Webber dan Damanik (2006) adalah kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sedangkan definisi menurut Undang-undang nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dalam bidang tersebut.

Yoeti (2008) yang menyatakan bahwa pariwisata merupakan suatu industri yang dapat meningkatkan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, penerimaan pajak, pendapatan nasional dan bahkan dapat memperkuat posisi pembayaran. Menurut Undang-undang No. 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya, Taman Wisata Alam adalah kawasan pelestarian alam yang terutama dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam. Pasal 31 dari Undang-undang No. 5 tahun 1990 menyebutkan bahwa dalam taman wisata alam dapat dilakukan kegiatan untuk kepentingan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya dan wisata alam

METODE PENELITIAN

Untuk melakukan analisis kelayakan investasi pada aspek pasar dan sosial ekonomi digunakan analisis deskriptif (Suliyanto, 2010:), sedangkan untuk melakukan analisis kelayakan investasi menurut (Husnan dan Muhamad, 2000:222) digunakan analisis *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal*

Rate of Return (IRR). Menurut Kuncoro, (2006:51) analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) biasa digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan. Untuk menentukan besarnya bobot setiap pada faktor eksternal dan internal digunakan matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan matriks Evaluasi Faktor Internal (David, 2003:161). Untuk memperlihatkan dengan jelas arah vektor strategi pengembangannya obyek wisata pemandian air panas Cipari digunakan analisis matriks space (Rangkuti, 2001:46).

Studi Kelayakan

Suliyanto (2010) Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah rencana bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah rencana bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika rencana bisnis tersebut dapat mendatangkan manfaat bagi semua *stake holder* (pelaku bisnis). Subagyo (2005) menyatakan bahwa studi kelayakan adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan

Untuk memperoleh kesimpulan yang kuat tentang dijalankan atau tidaknya sebuah rencana bisnis, perlu dilakukan studi kelayakan bisnis yang mendalam pada beberapa aspek kelayakan bisnis, yaitu (Suliyanto, 2010): 1). Aspek hukum, aspek hukum menganalisis kemampuan rencana bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha di wilayah tertentu, 2). Aspek lingkungan, aspek lingkungan

untuk menganalisis apakah lingkungan sekitar (baik lingkungan sosial, ekonomi dan fisik) sesuai atau cocok dengan rencana bisnis yang akan dijalankan atau tidak, dalam aspek ini juga dianalisis dampak bisnis bagi lingkungan, 3). Aspek teknis, Aspek teknis menganalisis kesiapan teknis untuk dapat berjalannya suatu bisnis, 4). Aspek manajemen, Aspek manajemen menganalisis tentang kesiapan tenaga kerja dan manajemen yang akan menjalankan bisnis, 5). Aspek pasar, Aspek pasar menganalisis potensi pasar dengan melihat sisi penawaran dan sisi permintaan, intensitas persaingan serta menganalisis *market share* yang dapat dicapai, 6). Aspek keuangan, aspek keuangan menganalisis besarnya tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelayakan Pembangunan Obyek

Wisata Pemandian Air Panas Cipari

Aspek Pasar

Aspek pasar dan pemasaran merupakan pokok kajian dalam studi kelayakan bisnis (Kamaludin, 2004: 13). Pengunjung obyek wisata pemandian air panas Cipari berasal dari Kabupaten Cilacap, Ciamis, Tasikmalaya, dan Banyumas. Pengunjung yang datang ke Obyek wisata pemandian air panas Cipari secara umum memiliki dua orientasi, yaitu orientasi berwisata dan orientasi berobat. Air panas yang berada di obyek wisata pemandian air panas Cipari mengandung belerang sehingga dipercaya dapat menyembuhkan penyakit, khususnya penyakit kulit. Pengunjung yang berorientasi kesehatan untuk menyembuhkan penyakit biasanya tidak hanya satu kali, tetapi sampai beberapa kali agar penyakitnya cepat sembuh.

Obyek wisata pemandian air panas Cipari biasanya ramai dikunjungi wisatawan pada hari minggu dan hari libur, terlebih saat musim liburan. Rata-rata jumlah pengunjung obyek wisata pemandian air panas sekarang hanya berjumlah 60 orang per hari. Tarif masuk ke obyek wisata air panas sekarang Rp. 5000, sama dengan tarif masuk ke obyek wisata Teluk Penyu, tarif ini baru diterapkan sejak tahun 2009, sebelum tahun 2009 tarif yang dikenakan hanya Rp. 1500.

Untuk menarik jumlah pengunjung dinas pariwisata Kabupaten Cilacap melakukan renovasi dan menambah fasilitas kolam renang air panas dengan lebar 3 meter dan panjang 9 meter, di kompleks pemandian air panas. Sejak adanya kolam baru yang dibuka sekitar empat bulan lalu jumlah pengunjung mengalami peningkatan sehingga berpengaruh pada pendapatan. Sebelum adanya kolam renang, pendapatan yang berhasil disetorkan dalam sebulan rata-rata Rp 150.000, sedangkan sejak adanya kolam renang pendapatan bersih meningkat rata-rata Rp 500.000 per bulan (sudah dikurangi biaya operasional). Dengan adanya penambahan fasilitas tersebut maka berdampak dalam positif dalam menyumbang PAD dan akan menyerap banyak tenaga kerja.

Aspek Sosial Ekonomi

Dalam membuat studi kelayakan, maka iklim perekonomian sebagai salah satu faktor lingkungan harus juga diperhatikan (Nitisemito dan Burhan, 1995:88) Keberadaan obyek wisata pemandian air panas Cipari akan dapat meningkatkan perekonomian di Kabupaten Cilacap khususnya di Kecamatan Cipari. Hal

ini karena dengan semakin banyaknya wisatawan berkunjung ke obyek wisata pemandian air panas Cipari maka akan semakin banyak masyarakat yang akan terlibat pada berbagai jenis sektor lapangan kerja, sehingga potensi ekonomi lokal akan dapat dimanfaatkan secara optimal. Beberapa lapangan kerja yang dapat dikembangkan dengan berkembangnya obyek wisata pemandian air panas cipari adalah perdagangan cinderamata dan kerajinan, rumah makan dan restoran, perdagangan berbagai jenis minuman ringan, jasa transportasi, jasa parkir kendaraan dan berbagai jenis jasa yang lain. Bagi pemerintah daerah kabupaten Cilacap dengan adanya perkembangan obyek wisata ini akan dapat meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) Kabupaten Banyumas yang dapat digunakan untuk menunjang pembangunan di kabupaten Cilacap.

Dengan berkembangnya obyek wisata ini juga perlu dilakukan antisipasi dampak negatif dari perkembangan obyek wisata pemandian air panas Cipari seperti pergeseran budaya sebagai akibat dari adanya gaya hidup yang beraneka ragam yang di bawa oleh wisatawan dari berbagai daerah lain. Dan kepadatan lalu lintas serta keramaian yang disebabkan oleh wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata

Aspek Keuangan

Pengembangan obyek wisata air panas Cipari memerlukan investasi sebesar Rp. 2.000.000.000,00. Biaya investasi ini digunakan untuk pembelian lahan, pembangunan gedung dan pembelian peralatan. Peralatan yang dibeli lebih

diutamakan adalah sarana bermain bagi anak-anak, seperti berbagai jenis ayunan, flyng fox, mobil-mobilan, undar serta untuk melakukan perbaikan pada kamar mandi air panas dan kamar bilas. Biaya operasional yang diperlukan sebesar Rp. 228.000.000, dan biaya operasional ini tiap tahun akan mengalami peningkatan sebesar 10 persen sebagai akibat inflasi. Dengan asumsi harga tiket Rp. 10.000.000, dan jumlah pengunjung rata-rata 120 orang per hari (2 kali jumlah pengunjung sekarang, sebelum adanya pengembangan). Hasil analisis kelayakan keuangan obyek wisata air panas Cipari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel: 1 Analisis Kelayakan Keuangan Obyek Wisata Air Panas Cipari

No	Kriteria Investasi	Nilai
1	Net Present Value (NPV)	Rp 1.024.203.897,-
2	Internal Rate of Return (IRR) (tingkat bunga 10%)	20,00%
3	Pay Back Period (PBP)	4 tahun 9 bulan

Berdasarkan analisis kelayakan keuangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Wisata Air Panas Cipari layak (*feasible*) untuk dilaksanakan atau dijalankan di Kabupaten Cilacap, karena dengan investasi awal sebesar Rp 2.000.000.000,-, umur usaha 10 tahun dan tingkat bunga 10% akan menghasilkan *Net Present Value* (NPV) positif sebesar Rp 1.024.203.897,- dan nilai *Internal Rate of Return* (IRR) 20,00% yang lebih tinggi dari tingkat bunga yang ditetapkan. Selain itu dalam waktu 4 tahun 9 bulan investasi awal sudah dapat kembali.

Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Cipari

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan matriks space analisis dapat diperoleh tabel analisis SWOT-Internal dan Eksternal sebagai berikut:

Sedangkan rata-rata skor peluang sebesar 2,67 dan rata rata skor ancaman sebesar 2,50, sehingga skor akhir faktor eksternal sebesar 0,17. Berdasarkan kedua tabel diatas dapat digambarkan arah vektor strategi sebagai berikut:

Tabel: 2 Analisis SWOT – Internal

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Skor	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Skor
☐ Kemudahan akses menuju ke lokasi wisata, karena dekat dengan jalan raya Cilacap-Bandung	3	☐ Belum populernya obyek wisata pemandian air panas Cipari	-2
☐ Memiliki keunikan sebagai sumber air panas yang bukan berasal dari gunung.	3	☐ Kurangnya fasilitas pendukung wisata	-3
☐ Dimilikinya 10 kamar mandi	2	☐ Belum ada rencana pengembangan jangka panjang	-1
☐ Dimilikinya kolam renang air panas	2	☐ Kondisi udara yang kurang sejuk dibandingkan dengan obyek wisata pemandian yang lain	-2
☐ Kondisi air panas yang mengandung belerang dapat digunakan untuk penyembuhan penyakit gatal.	3	☐ Tingkat sadar wisata masyarakat yang masih rendah	-2
Rata-Rata	2,60	Rata-rata	-2,00

Tabel: 3 Analisis SWOT – Eksternal

Peluang (<i>Opportunity</i>)	Skor	Ancaman (<i>Threat</i>)	Skor
☐ Laju pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat	3	☐ Dibangunnya beberapa obyek wisata di daerah lain oleh pemerintah daerah maupun swasta.	-3
☐ Kesadaran pentingnya wisata yang semakin meningkat.	3	☐ Promosi obyek wisata lain yang sangat gencar	-2
☐ Dukungan dari pemerintah daerah yang tinggi	2	Semakin terkepungnya obyek wisata dengan perumahan penduduk	
☐ Dukungan masyarakat yang tinggi untuk mengembangkan obyek wisata	3		
☐ Potensi pengembangan lokasi wisata yang baik.	2		
☐ Peluang dibangunnya jaringan wisata dengan obyek wisata yang lain di wilayah Cilacap dan Pengandaran	3		
Rata-Rata	2,67	Rata-rata	-2,50

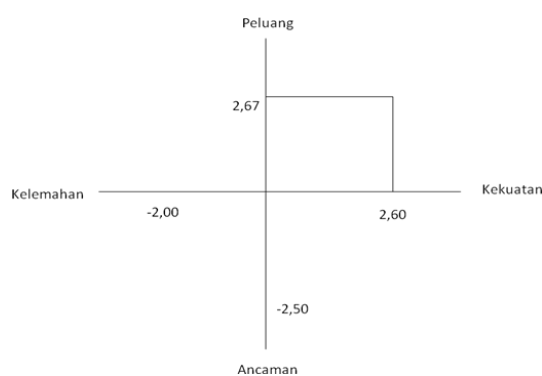
Berdasarkan analisis matriks space analisis di atas, hasil perhitungan skornya faktor internal adalah sebagai berikut: Rata-rata skor Kekuatan sebesar 2,60 dan rata-rata skor kelemahan sebesar -2,00, sehingga skor akhir faktor internal sebesar 0,60.

PENUTUP / SIMPULAN

Kesimpulan

Wisata pemandian air panas Cipari Cilacap merupakan tempat wisata yang memiliki sumber air panas yang berasal dari sebuah sumur. Hal inilah yang membedakan

dengan wisata pemandian air panas lainnya yang biasanya sumber air panasnya berasal dari mata air pegunungan. Air panas yang dikeluarkan ini mengandung belerang yang dapat digunakan sebagai obat berbagai macam penyakit, hal inilah yang menarik para pengunjung. Namun ketertarikan dari wisata pemandian air panas ini kurang diimbangi dengan fasilitas yang disediakan sehingga berdampak pada jumlah pengunjung yang belum sesuai dengan yang diharapkan.



Dilihat dari analisis keuangannya, dengan investasi awal 2.000.000.000 dan umur proyek 5 tahun didapatkan nilai NPV sebesar Rp 1.054.472.304,- dan nilai IRR 28,90 % serta nilai PBP nya 2 tahun 8 bulan yang berarti dalam waktu 2 tahun 8 bulan investasi tersebut sudah dapat kembali. Dengan demikian investasi wisata air panas Cipari ini sangat layak (*feasible*) dilakukan di Cilacap baik dilihat dari aspek keuangannya maupun aspek pasarnya yang sangat potensial.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan *matriks space* dapat diperoleh strategi yang tepat untuk pengembangan obyek wisata pemandian air panas Cipari adalah strategi agresif yaitu dengan melaksanakan tindakan-tindakan agresif untuk merebut pasar.

Rekomendasi

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung obyek wisata pemandian air panas Cipari sebaiknya memilih strategi agresif dengan cara melakukan investasi dengan menambah wahana permainan anak seperti berbagai jenis ayunan, fling fox, mobil-mobilan, kereta mini, undar serta untuk melakukan perbaikan pada kamar mandi air panas dan kamar bilas dan pembangunan kamar mesage serta melakukan usaha-usaha promosi serta menjalin kerja sama dengan biro wisata

DAFTAR PUSTAKA

Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Cilacap. **Profil dan Potensi Investasi Kabupaten Cilacap Tahun 2012.**

Damanik, J and Weber, H.F. 2006. **Perencanaan Ekowisata dari Teori Ke Aplikasi.** Andi. Yogyakarta

David, Fred R., 2003. **Manajemen Strategis Konsep.** terjemahan. PT Prenhallindo. Jakarta.

Husnan, Suad dan Muhammad, Suwarsono. 2000. **Studi Kelayakan Proyek.** UPP STIM YKPN. Yogyakarta

Kamaluddin. 2004. **Studi Kelayakan Bisnis: Latihan Pemecahan Soal dan Studi Kasus.** Dioma. Malang.

Kuncoro, Mudrajat 2006. **Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing.** Erlangga. Jakarta. 2006.

Rangkuty, Freddy, 2001. **Analisis SWOT**

Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan Kedua, Penerbit PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.

Suliyanto. 2010. **Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis.** Andi Offset. Yogyakarta.

Nitisemito, Alex dan Burhan, Umar. 1995. **Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek.** Bumi Aksara. Jakarta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya.

Yoeti, OA. 1990. **Perencanaan dalam Pengembangan Pariwisata.** PT. Pradinya Paramita. Jakarta.

PERNYATAAN / PENGHARGAAN

Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Cilacap

Lampiran: Perhitungan Kelayakan Investasi

t	In Flow		Out Flow		Penyusutan	Cash flow
	Laba	Inflasi Tidak Menyusut	Investasi	Pajak		
0	0	0	2,000,000,000	0	0	(2,000,000,000)
1	210,000,000	0		21,000,000	200,000,000	389,000,000
2	231,000,000	0		23,100,000	200,000,000	407,900,000
3	254,100,000	0		25,410,000	200,000,000	428,690,000
4	279,510,000	0		27,951,000	200,000,000	451,559,000
5	307,461,000	0		30,746,100	200,000,000	476,714,900
6	338,207,100	0		33,820,710	200,000,000	504,386,390
7	372,027,810	0		37,202,781	200,000,000	534,825,029
8	409,230,591	0		40,923,059	200,000,000	568,307,532
9	450,153,650	0		45,015,365	200,000,000	605,138,285
10	495,169,015	200,000,000		49,516,902	200,000,000	845,652,114
Jumlah						5,212,173,250

NPV	Rp1,024,203,897
IRR	20%
PI	2.61
PB	4 tahun 9 bulan

NPV	Rp1,024,203,897
IRR	20%
PI	2.61
PB	4 tahun 9 bulan

Kepemilikan Bank, Pemenuhan Kecukupan Modal Dan Insentif Pbv Sebagai Penentu Pengambilan Risiko Perbankan

Taswan

Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang
taswanda@Yahoo.com

Abstract

This paper on these issues, the first effect of bank ownership on risk taking, the effect of Capital Adequacy Ratio (CAR) on risk taking, and the effect of PBV on risk taking. Issues were tested in the total sample and sub sample with PBV as risk-taking incentives. With a sample of commercial banks operating in Indonesia and analyzed with the OLS model and the analysis of sub-group of the obtained results that the domestic private ownership, foreign ownership and ownership concentration of each of the significant positive effect on the risk. Negatively Capital Adequacy ratio (CAR) affect on risk taking, and PBV negative effect on risk taking. Influence the determinants of risk among groups of banks with low PBV with higher PBV is significantly different. Determinants of risk in the lower PBV of bank is more sensitive than the bank with a high PBV. This finding is consistent with the moral hazard argument or entrenchment, except for the effect of regulation on risk taking is more consistent with the arguments of representative and convergence.

Keywords: Bank ownership, CAR, PBV, Risk, entrenchment.

PENDAHULUAN

Kondisi perbankan nasional yang sebagian besar mengalami *negative spread* mulai 1998 s/d 2005, mengindikasikan bank-bank di Indonesia telah mengalami kerugian dasyat dan posisi PBV secara umum relatif rendah. Dalam kondisi ini, Bank Indonesia (BI) memfasilitasi penjaminan simpanan secara penuh hingga tahun 2005, dan setelah itu penjaminan simpanan bersifat terbatas oleh Lembaga Penjamin Simpanan. Sisi baik penjaminan simpanan adalah mengembalikan kepercayaan publik dan meredakan kepanikan publik terhadap Industri perbankan. Namun demikian ada sisi buruknya bisa memberikan peluang bagi pemegang saham untuk melakukan transfer kekayaan atas beban lembaga

penjamin simpanan dan deposan melalui pengambilan risiko eksekutif atas beban lembaga penjamin simpanan dan deposan. Dalam posisi sebagian besar bank terkuras modalnya karena kerugian selama krisis perbankan, sebagian bank tidak mampu menutup persyaratan kecukupan modal dari BI. Situasi ini digunakan oleh pihak asing. Dengan dasar PP no. 29/1999, maka pihak asing bisa leluasa menguasai bank-bank domestik. Penguasaan bank-bank domestik oleh pihak asing tampaknya berlanjut seiring dengan kebijakan BI berikutnya yang mengatur ketentuan jumlah modal minimum sesuai PBI no. 7/15/PBI/2005 yang mewajibkan bank untuk memenuhi modal inti paling sedikit sebesar Rp 80.000.000 sampai dengan

31 Desember 2007 dan Rp 100.000.000 sampai dengan 31 Desember 2010. Bank swasta domestik bisa memenuhi modalnya dari dana pemegang saham lama atau dari investor domestik. Bila tidak sanggup memenuhinya maka Bank Umum tersebut bisa mengubah menjadi Bank Perkreditan Rakyat atau mendatangkan investor asing. Secara umum, bank-bank nasional tersebut lebih memilih investor asing daripada menjadi BPR. Dalam konteks ini, maka pemilikan pihak asing leluasa karena dijamin oleh PP no. 29/1999. Kebijakan tersebut telah menggeser porsi kepemilikan bank, yang sebelumnya didominasi kepemilikan swasta domestik.

Kita tidak anti kepemilikan asing, namun perlu dicermati kepemilikan asing tersebut. Dalam hubungannya kepemilikan bank dan kontrol risiko, Kunt dan Huizinga (2000) menyatakan bahwa kepemilikan asing itu akan membuka akses dana internasional, meningkatkan profit dan lebih hati-hati (berisiko rendah). Pendapat tersebut disangkal oleh Supriyatno (2006) yang menemukan bahwa bank asing bisa menimbulkan pengaruh destabilitas karena bank asing membiayai proyek-proyek yang berisiko tinggi dan spekulatif di negara lain. Artinya kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap tingkat risiko perbankan. Kontra temuan ini perlu diuji lebih lanjut, apakah kepemilikan asing di Indonesia memberikan efek positif atau negatif terhadap tingkat risiko perbankan. Kekawatiran-kekawatiran terhadap konsekuensi kebijakan kepemilikan asing direspon oleh Bank Indonesia, terutama konsekuensi penguasaan saham oleh asing pada beberapa bank dengan porsi dominan yang bisa menimbulkan struktur pasar

oligopolis yang dikendalikan oleh pihak asing. BI pada 2006 menempuh kebijakan kepemilikan tunggal (*single presence policy*) bagi pemegang saham pengendali. Kebijakan ini bisa mencegah kepemilikan saham mayoritas pada beberapa bank, namun kebijakan ini memberikan berkontribusi pada peningkatan konsentrasi kepemilikan pada masing-masing bank. Peningkatan konsentrasi itu terutama akibat kehadiran pemegang saham asing mayoritas (pengendali) pada bank-bank nasional, yang sebelumnya menurut Husnan (2001) konsentrasi kepemilikan bank di Indonesia telah terjadi dan terbesar pada individu dan keluarga sebagai pemegang saham pengendali.

Struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, selain mempunyai sisi positif (konflik keagenan rendah) namun juga bisa bertindak negatif. Konsentrasi kepemilikan bank yang semakin tinggi berpotensi bagi pemegang saham melakukan *moral hazard* ketika di negara tersebut menerapkan penjaminan simpanan dan posisi PBV bank relatif rendah. Pemegang saham mayoritas dapat memaksimumkan benefitnya dengan meningkatkan hutang (simpanan) dan menempatkan dana tersebut pada asset yang berisiko atas beban deposan atau lembaga penjamin (Cebonayan, Cooperman dan Register, 1995). Struktur kepemilikan yang terkonsentrasi dapat memberikan peluang konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas, antara pemegang saham dengan deposan. Pemegang saham mayoritas lebih mendominasi keputusan-keputusan bisnis yang menguntungkannya termasuk dalam pengambilan tingkat risiko bank, sehingga pemegang saham minoritas bisa

dirugikan dengan kondisi ini. Sebaliknya bila kepemilikan minoritas benar-benar menyebar (konsentrasi kepemilikan rendah), maka konflik yang terjadi adalah antara manajer dengan pemegang saham. Sisi positif konsentrasi kepemilikan adalah semakin tinggi konsentrasi kepemilikan semakin besar *power* pemegang saham untuk menekan manajemen agar bertindak hati-hati (mengambil risiko rendah). Namun hal demikian hanya terjadi ketika PBV bank relatif tinggi atau bank dalam kondisi sehat.

Dalam temuan empiris konsentrasi kepemilikan masih terjadi ketidak-konsistenan, dalam hal ini perspektif atau argumen konvergensi dengan perspektif argumen *entrenchment* sangat bertolak belakang dan konsekuensi konsentrasi kepemilikan juga ambigu. Demsetz dan Lehn (1985) menyebutkan bahwa konsentrasi kepemilikan sering dipandang sebagai biaya tinggi bagi pemegang saham mayoritas karena membatasi upaya diversifikasi dan toleransi terhadap risiko yang timbul. Aghion dan Tirole (1997) sebaliknya menyebutkan secara ambigu bahwa konsentrasi kepemilikan bank akan menciptakan peran pemegang saham secara aktif untuk mengendalikan manajemen, namun di sisi lain konsentrasi kepemilikan juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kinerja bank melalui pembatasan inisiatif manajer.

Lantas bagaimana dengan kepemilikan swasta domestik dalam kaitannya dengan kontrol risiko perbankan? Kepemilikan domestik juga tidak menjamin akan menciptakan kontrol risiko yang selaras dengan kepentingan regulator dan publik.

Dalam kondisi perbankan yang relatif buruk, terjadi *negative spread* atau prospek laba yang buruk (*price to book value*) rendah dan berlaku penjaminan simpanan, kepemilikan swasta domestik juga bisa melakukan *moral hazard* melalui pengambilan risiko tinggi atas beban deposit atau lembaga penjamin simpanan. Gunarsih (2002) menemukan bahwa pada negara-negara berkembang, kepemilikan domestik dalam jumlah besar justru merepresentasikan kepentingan mereka sendiri dan mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepemilikan domestik berpengaruh positif terhadap risiko. Hal ini didukung oleh Taboada (2008) yang menemukan bahwa peningkatan kepemilikan saham swasta domestik bank diasosiasikan dengan kinerja yang buruk. Perubahan dari kepemilikan pemerintah ke pemegang saham swasta domestik dalam hal pelaksanaan kontrol relatif buruk baik dalam kualitas aset dan maupun profitabilitas.

Salah satu pengendalian risiko perbankan yang bisa diharapkan adalah melalui regulasi, salah satunya adalah regulasi kecukupan modal. Persoalannya pemenuhan kecukupan modal bisa berdampak positif maupun negatif terhadap risiko. Dengan peningkatan pemenuhan kecukupan modal, maka pihak pemegang saham dapat melakukan investasi yang berisiko untuk mendapatkan *return* tinggi sebagai kompensasi atas kehilangan utilitasnya dalam memenuhi regulasi kecukupan modal (Koehn dan Santomero, 1980). Pemenuhan kecukupan modal bisa menimbulkan peningkatan risiko melalui penempatan modal pada aset berisiko sebagai konsekuensi pemegang saham

menanggung biaya modal yang sama. Namun demikian, bisa terjadi sebaliknya, bahwa peningkatan pemenuhan kecukupan modal dapat mengarahkan bank untuk melakukan diversifikasi investasi atau menurunkan risiko (Calem dan Robb, 1999).

Isu-isu kepemilikan, nilai saham bank atau PBV, pemenuhan kecukupan modal dan risiko perbankan pada era penjaminan simpanan adalah krusial. Berdasarkan latar belakang dan *research gap*, maka perlu diteliti apakah pemegang saham mereduksi risiko atau sebaliknya mereka melakukan pengambilan risiko yang eksekutif. Pertentangan argumen konvergensi (hipotesis kontrol risiko) dengan argumen *entrenchment* (hipotesis *moral hazard*) perlu pengujian lebih lanjut dengan mempertimbangkan posisi insentif PBV suatu bank di Indonesia. Di samping itu, apakah pemenuhan kecukupan modal diimbangi dengan bank beroperasi pada tingkat risiko rendah. Oleh karena paper ini akan menjawab empat hal, yakni 1). Apakah Kepemilikan bank mempengaruhi tingkat risiko perbankan; 2). Apakah tingkat pemenuhan kecukupan modal bank mempengaruhi tingkat risiko perbankan; 3). Apakah PBV suatu bank mempengaruhi pengambilan tingkat Risiko perbankan; dan 4). Apakah PBV bank merupakan insentif bagi pemegang saham dalam pengambilan risiko perbankan?

Teori Keagenan: Konvergensi, Entrenchment dan Representatif

Kontrol perbankan dapat dijelaskan dalam perspektif keagenan. Dalam teori keagenan ditekankan bahwa konflik keagenan karena adanya asimetri informasi Caprio,

Laeven dan Levine (2007). Konsekuensi asimetri informasi adalah pihak-pihak yang berkontrak tidak bisa melakukan kontrak secara *fair*. Prinsipal tak dapat mendesain kontrak yang mendasarkan tindakan itu secara *fair*. Pemilik bank juga menghadapi asimetri informasi ketika menempatkan dana kepada debitur, karena debitur mengetahui informasi bisnisnya lebih baik daripada pemilik/pemegang saham bank. Di sisi lain, deposan selaku kreditur atau prinsipal juga bisa mengalami kesulitan memonitor pemegang saham dalam keputusan bisnisnya karena tidak mendapat informasi yang *fair*. Persoalan asimetri informasi menjadi sumber masalah keagenan. Marciano (2008) menyebutkan bahwa fenomena asimetri informasi di Indonesia bisa disebabkan oleh regulasi yang lemah, *loan officer* dan *risk assessment* yang lemah dan belum bekerjanya lembaga *rating* independen di Indonesia.

Dalam teori terdapat argumen konvergensi dan argumen *entrenchment*. Dalam argumen konvergensi, pemegang saham mengontrol manajer agar melakukan keputusan sesuai kepentingannya untuk mengambil risiko rendah. Pemegang saham lebih memilih menjalankan amanah deposan (agen). Semakin besar kepemilikan saham maka pemegang saham tersebut semakin *powerful* dalam mengendalikan manajer, sebaliknya semakin kecil kepemilikannya maka semakin lemah dalam mengendalikan manajer dalam mengambil risiko. Dengan kata lain, semakin besar kepemilikan saham atau semakin terkonsentrasi kepemilikan bank maka kendali oleh pemegang saham semakin kuat sehingga konflik keagenan (pemegang saham dengan manajemen) dapat ditekan. Argumen konvergensi ini

melahirkan hipotesis kontrol perbankan (Demsetz, Saidenberg dan Strahan, 1997). Temuan penelitian yang mendukung argumen konvergensi Shleifer dan Vishny (1997) menyimpulkan bahwa pemegang saham melakukan kontrol sebagai upaya untuk mereduksi risiko. Kontra argumen konvergensi adalah argumen *entrenchment*. Dalam argumen *entrenchment* bahwa kepemilikan yang semakin tinggi dari satu pihak akan mendorong pihak tersebut menggunakan kepemilikan dan kendali yang dimiliki untuk kepentingannya dan merugikan pemegang saham minoritas dan atau deposan. Dalam pandangan Demsetz et al, 1997), pemegang saham akan bertindak sesuai argumen konvergensi atau *entrenchment* itu tergantung dari insentif mereka dalam pengambilan risiko. Insentif tersebut adalah besaran PBV bank¹. Pengambilan risiko tinggi yang dilakukan karena insentif PBV bank merupakan indikasi *moral hazard* pemilik bank terhadap pihak lain. Hal ini juga sering disebut berlakunya *wealth transfer hypothesis* (Anderson dan Fraser, 2000).

Penelitian tentang PBV bank telah dilakukan sebelumnya oleh Keeley (1990) yang menemukan hubungan negatif antara risiko bank dan PBV bank. Semakin rendah nilai saham bank semakin tinggi risiko perbankan. Brewer dan Saidenberg (1996) menemukan bahwa semakin rendah risiko semakin tinggi PBV atau nilai saham bank, tetapi tidak menguji hubungan kepemilikan saham dan PBV bank. Kedua temuan tersebut tampak belum cukup untuk mendeteksi *moral hazard* di lembaga perbankan. Kemampuan PBV suatu bank dalam mengungkapkan *moral hazard* tak

dapat dinilai tanpa melibatkan struktur kepemilikan, dan sebaliknya. Problema *moral hazard* dan problema keagenan pemilik bisa saling terkait. Pada bank yang memiliki nilai saham bank semakin tinggi, *moral hazard* menjadi semakin rendah, sebab kepentingan pemilik dan manajer atau pihak deposan dan penjamin simpanan menjadi sejajar karena mereka memandang biaya tinggi terkait dengan *financial distress*. Sebaliknya, insentif untuk meningkatkan risiko terjadi pada bank yang memiliki PBV atau nilai saham bank rendah. Dalam hal ini *moral hazard* menjadi semakin besar, karena menempatkan kepentingan pemegang saham di atas melebihi kepentingan manajer, deposan atau lembaga penjamin simpanan (Demsetz et al, 1997). Oleh karena itu dalam mendeteksi pengambilan risiko atau *moral hazard* oleh pemegang saham, perlu menghubungkan risiko bank dengan PBV atau nilai saham bank maupun struktur kepemilikan sebagai regresor. Peniadaan faktor kepemilikan dan nilai saham bank atau salah satunya dalam pendeteksian *moral hazard* akan menghasilkan kesimpulan yang menyesatkan.

Bagaimana Kontrol risiko dengan adanya pemenuhan kecukupan modal? Pemenuhan kecukupan modal tidak serta merta mereduksi risiko, namun bisa sebaliknya. Koehn dan Santomero (1980) menemukan bahwa konsekuensi peningkatan pemenuhan kecukupan modal adalah pihak pemegang saham melakukan investasi yang berisiko tinggi untuk mendapatkan *return* tinggi sebagai kompensasi atas kehilangan utilitasnya dalam memenuhi regulasi kecukupan modal. Oleh karena itu semakin tinggi pemenuhan kecukupan

modal, maka semakin tinggi tingkat risiko. Pandangan ini berbeda dengan argumen representatif yang dikemukakan oleh Dewatripont dan Tirole (1994), Supriyatno (2006) bahwa regulasi bertujuan untuk mencegah atau meminimalkan risiko dan memberikan perlindungan kepada deposan. Deposan sering tidak mempunyai akses dan insentif untuk mengawasi bank secara optimal, sehingga regulator bertindak untuk mewakili kepentingan deposan tersebut dalam bentuk menerapkan regulasi pemenuhan kecukupan modal bank.

Hal ini didukung oleh Saunders dan Cornett (2006) bahwa regulasi permodalan merupakan bagian tak terpisahkan dari kepentingan kontrol dalam menekan konflik keagenan pada Lembaga keuangan Regulator berkepentingan untuk mencegah terjadinya risiko sistemik dengan membatasi tingkat risiko bank. Kebijakan pembatasan risiko mencerminkan adanya hubungan berbagi risiko antara pemilik dengan otoritas eksternal. Kepentingan regulator atau publik ini tidak berkaitan langsung dengan tujuan maksimisasi laba bank atau meminimumkan risiko, namun kalau kepentingan publik atau kepentingan eksternal tidak diperhatikan maka berdampak pada kepentingan internal.

Dengan demikian kepentingan publik adalah bagian tidak terpisahkan dalam industri perbankan. Penerapan regulasi pemenuhan kecukupan modal dapat mendorong bank untuk bertindak hati-hati (*prudent*) dengan cara mengambil risiko rendah. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kecukupan modal, semakin rendah tingkat risikonya. Dalam perspektif kontrol risiko, regulasi pemenuhan kecukupan

modal mengarahkan pemegang saham dan manajemen untuk mengelola bank secara hati-hati (*Prudent*). Pemenuhan kecukupan modal yang mengarahkan tindakan *prudent* berarti waspada dan hati-hati terutama pada risiko yang melekat pada bisnis perbankan. Pemenuhan regulasi kecukupan modal memperhitungkan bobot risiko masing-masing jenis aktiva produktif mendorong manajer bank untuk menurunkan portofolio aktiva produktifnya yang berisiko tinggi (bobot risiko tinggi) untuk mengalihkan ke aktiva produktif yang memiliki bobot risiko rendah. Ini memberikan penjelasan bahwa pemenuhan regulasi kecukupan modal bisa menurunkan risiko.

Thakor, Passmoe dan Sharpe (1994) menyatakan bahwa peningkatan persyaratan modal akan mendorong bank untuk menurunkan portofolio kredit mereka dan mengalihkan investasinya ke dalam bentuk surat berharga yang mempunyai bobot risiko yang lebih rendah. Surat berharga yang mempunyai bobot risiko rendah adalah surat berharga jangka pendek dan marketable. Pemenuhan kecukupan modal dapat mengarahkan bank untuk melakukan diversifikasi investasi atau menekan risiko (Calem dan Robb, 1999). Ini didukung oleh Furfine (2002) yang menunjukkan ada pergeseran portofolio aktiva produktif pada bank-bank di Amerika Serikat karena diberlakukannya penerapan *Basel Accord 1988* yang didalamnya memperhitungkan kecukupan modal dengan mengkaitkan bobot risiko aktiva produktif. Bank mengurangi portofolio kredit yang berisiko tinggi ke dalam aktiva produktif yang berisiko lebih rendah.

Hipotesis

Penelitian ini didesain untuk menguji dan menjawab beberapa hipotesis, yaitu:

1. Kepemilikan swasta domestik berpengaruh positif terhadap tingkat risiko perbankan.
2. Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap tingkat risiko perbankan.
3. Konsentrasi kepemilikan bank berpengaruh positif terhadap tingkat risiko perbankan.

observasi mulai 2002 s/d 2011. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan bank yang terhimpun dalam Direktori Perbankan Indonesia.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini bisa dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Ringkasan Pengukuran Variabel

No.	Kode	Jenis Variabel	Keterangan Pengukuran
1	DOM	Independen	Persentase kepemilikan Swasta Domestik
2	FOR	Independen	Persentase Kepemilikan Asing
3	CON	Independen	Konsentrasi kepemilikan yang ditunjukkan oleh Indeks Hefindahl
4	CAR	Independen	Jumlah Modal bank dibagi Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR).
5	PBV	Independen	<i>Price to Book Value</i> yang merupakan perbandingan nilai pasar dengan nilai buku saham, diprediksi dengan model OLS*
6	RISK	Dependen	Skor Faktor Hasil Reduksi Data Risiko dengan Analisis Faktor Terhadap NPL, Equity to total asset (ETA), Investment Securities to Commercial Loan (ISC) dan Off Balance Sheet Risk (OBR) yang mengacu ke Knoop dan Teall (1996); Hao (2003); Agrawal, Jacques dan Rice (2000) Lee, (2004); Deng and Jia (2007)

4. Pemenuhan Kecukupan Modal Bank berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko perbankan.
5. *Price to book Value* (PBV) berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko perbankan.
6. PBV menjadi insentif dalam pengambilan risiko perbankan oleh pemegang saham bank.

Metoda Penelitian

Data dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh bank berskala nasional di Indonesia. Pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria Bank Umum yang beroperasi di Indonesia, menerbitkan laporan keuangan selama periode penelitian. Dengan berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sebanyak 821

PBV untuk mengukur Nilai suatu Bank seperti digunakan oleh Keeley (1990), dan Demsetz, et al, (1997). Namun demikian data untuk ini tidak dapat diperoleh bagi semua bank, karena belum semua bank di Indonesia terbuka (*go public*). Oleh karena itu untuk memperolehnya dilakukan estimasi dengan model OLS sebagaimana dilakukan oleh Furlong dan Kwan (2006). PBV adalah fungsi dari *loan to total asset ratio* (LTA), komposisi deposit yang diukur dengan rasio total deposit terhadap total kewajiban bank (DDR), efisiensi operasional yang diukur dengan rasio biaya operasional terhadap pendapatan operasional (OCR), dan *log natural asset* (LN ASSET) untuk menunjukkan skala ekonominya.

Model, Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini, model dan analisis data untuk pengujian hipotesis dilakukan beberapa model dan tahap sebagai berikut:

- a. Model pertama yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{RISK} = a + \beta_1 \text{DOM} + \beta_2 \text{FOR} + \beta_3 \text{CON} + \beta_4 \text{CAR} + \beta_5 \text{PBV} + e$$

.... Untuk total sampel.

Model ini untuk menjelaskan pengaruh kepemilikan, Pemenuhan Kecukupan Modal dan PBV bank terhadap risiko untuk total sampel bank, tanpa membedakan kelompok bank dengan PBV atau nilai saham rendah maupun PBV atau nilai saham bank tinggi.

- b. Model Sub Grup (kelompok Bank)
Berdasarkan kelompok bank dengan PBV rendah dan bank dengan PBV tinggi.

Model ini untuk menguji perbedaan kesensitifan determinan risiko perbankan antara kelompok sampel bank yang memiliki PBV rendah dengan kelompok sampel bank yang memiliki PBV tinggi. Dengan kata lain, model ini untuk menguji apakah pengaruh kepemilikan swasta domestik (DOM_r), Kepemilikan Asing (FOR_r), Konsentrasi Kepemilikan (CON_r) dan tingkat pemenuhan kecukupan modal (CAR_r) pada bank yang memiliki PBV rendah adalah berbeda nyata dengan pengaruh kepemilikan swasta domestik (DOM_t), Kepemilikan Asing (FOR_t), Konsentrasi Kepemilikan (CON_t) dan tingkat pemenuhan kecukupan modal (CAR_t) pada kelompok bank yang memiliki

PBV tinggi. Perbedaan pengaruh tersebut menunjukkan bahwa PBV bank merupakan insentif bagi pemegang saham dalam mengambil risiko. Kriteria kelompok sampel berdasarkan nilai median PBV.

Model analisis sub grup ini adalah:

$$\text{RISK} = a + \beta_1 \text{DOM} + \beta_2 \text{FOR} + \beta_3 \text{CON} + \beta_4 \text{CAR} + \beta_5 \text{PBV} + e$$

.....total sampel.

$$\text{RISK}_r = a_r + \beta_{1r} \text{DOM}_r + \beta_{2r} \text{FOR}_r + \beta_{3r} \text{CON}_r + \beta_{4r} \text{CAR}_r + \beta_{5r} \text{PBV}_r + e_r$$

.....sampel PBV rendah

$$\text{RISK}_t = a_t + \beta_{1t} \text{DOM}_t + \beta_{2t} \text{FOR}_t + \beta_{3t} \text{CON}_t + \beta_{4t} \text{CAR}_t + \beta_{5t} \text{PBV}_t + e_t$$

.... sampel PBV tinggi.

Keterangan:

RISK = Risiko Perbankan untuk total sampel

DOM = Kepemilikan Swasta Domestik untuk total sampel

FOR = Kepemilikan Asing untuk total sampel

CON = Konsentrasi Kepemilikan saham bank untuk total sampel

PBV = Prive to book value suatu bank untuk total sampel

CAR = Kecukupan Modal Bank untuk total sample

a = Konstanta untuk persamaan total sampel

e = error untuk persamaan total sampel

β_i = koefisien regresi untuk variabel ke i untuk persamaan total sampel

RISK_r = Risiko perbankan untuk sub sample bank dengan PBV rendah

DOM_r = Kepemilikan Swasta Domestik pada Bank dengan PBV rendah

- FOR_r = Kepemilikan Asing pada bank dengan PBV rendah
 CON_r = Konsentrasi kepemilikan pada bank dengan PBV rendah
 CAR_r = Kecukupan Modal Bank pada Bank dengan PBV rendah
 PBV_r = Price to book value bank kelompok rendah
 a_r = Konstanta untuk persamaan total sampel
 β_{ir} = koefisien regresi untuk variabel ke i untuk sub sampel PBV rendah
 e_r = error untuk persamaan sub sampel PBV rendah
 $RISK_t$ = Risiko Perbankan pada bank dengan PBV tinggi
 DOM_t = Kepemilikan Swasta Domestik pada Bank dengan PBV tinggi
 FOR_t = Kepemilikan Asing pada bank dengan PBV tinggi
 CON_t = Konsentrasi kepemilikan pada bank dengan PBV tinggi
 CAR_t = Kecukupan Modal Bank pada Bank dengan PBV
 PBV_t = Price to book value bank kelompok tinggi
 a_t = Konstanta untuk persamaan sub sampel PBV tinggi
 β_{it} = koefisien regresi untuk variabel ke i pada sub sampel PBV tinggi
 e_t = error untuk persamaan sub sampel PBV tinggi

Dalam model sub grup ini perlu didukung oleh uji *chow* untuk memastikan ada perbedaan nyata secara statistik. Uji *Chow*

sebenarnya merupakan *test for equality of coefficient* atau uji kesamaan koefisien. Uji ini ditemukan oleh Gregory Chow. Uji ini dilakukan terhadap dua kelompok atau lebih untuk mengetahui apakah kedua atau lebih kelompok tersebut merupakan subyek proses ekonomi yang sama. Dalam hal ini uji *chow* untuk menentukan apakah ada perbedaan koefisien secara statistik antara bank dengan PBV rendah dengan bank yang memiliki PBV tinggi. Uji *Chow* ini dapat dilihat dari nilai *F test*. (Imam Ghazali, 2009)

Hasil dan Pembahasan

Hasil atau output estimasi masing-masing model regresi total sampel, sub sampel bank PBV rendah dan sub sampel bank PBV tinggi dapat dirangkum dalam tabel 2. Output ini telah lolos pengujian asumsi autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Pada model regresi total sampel di tabel 2 bahwa kepemilikan swasta domestik (DOM), kepemilikan asing (FOR) dan konsentrasi kepemilikan (CON) berpengaruh positif terhadap tingkat risiko pada level 0,01. Tingkat pemenuhan kecukupan modal (CAR) berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko pada level 0,10. Sedangkan PBV berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko pada level 0,01. Model ini memiliki kesesuaian (fit) yang tercermin dari nilai R sebesar 0,568, R^2 sebesar 0,322 dan adjusted R^2 sebesar 0,318, nilai F sebesar 77,541 signifikan pada level 0,01.

Tabel 2
Hasil (output) Estimasi Model Regresi Total sampel,
Sub Sampel Bank PBV Rendah dan Sub Sampel Bank PBV Tinggi.

Total Sampel		Sub sampel bank PBV Rendah		Sub Sampel bank PBV Tinggi	
Variabel	Koefisien	Variabel	Koefisien	Variabel	Koefisien
Konstanta	-0,388	Konstanta	0,840	Konstanta	-0,484
t hitung	-2,375	t hitung	2,432	t hitung	-3,139
Sig.	0,018	Sig.	0,015**	Sig.	0,002***
DOM	0,741	DOM1	0,832	DOM2	0,559
t hitung	10,543	t hitung	7,595	t hitung	7,406
Sig.	0,000***	Sig.	0,000***	Sig.	0,000***
FOR	1,339	FOR1	1,601	FOR2	0,919
t hitung	13,604	t hitung	10,306	t hitung	8,807
Sig.	0,000***	Sig.	0,000***	Sig.	0,000***
CON	0,671	CON1	0,500	CON2	0,480
t hitung	5,664	t hitung	2,522	t hitung	3,957
Sig.	0,000***	Sig.	0,012**	Sig.	0,000***
CAR	-0,351	CAR1	-0,681	CAR2	-0,612
t hitung	-1,856	t hitung	-2,214	t hitung	-2,993
Sig.	0,064*	Sig.	0,027**	Sig.	0,003***
PBV	-0,346	PBV1	-1,232	PBV2	-0,057
t hitung	-5,687	t hitung	-6,577	t hitung	-1,082
Sig.	0,000***	Sig.	0,000***	Sig.	0,280
R	0,568	R	0,628	R	0,544
R ²	0,322	R ²	0,394	R ²	0,296
Adjusted R ²	0,318	Adjusted R ²	0,387	Adjusted R ²	0,287
F	77,541	F	53,647	F	33,427
Sig.	0,000***	Sig.	0,000***	Sig.	0,000***
RSSr	555,664	RSS1	368,347	RSS2	137,280

Variabel dependen : RISK, RISK1 dan RISK2

Keterangan: ***: Signifikan pada level 1%

**: signifikan pada level 5%

*: signifikan pada level 10%

Tabel 2 menunjukkan pada bank-bank yang memiliki PBV rendah tersebut, kepemilikan swasta domestik (DOM1) dan kepemilikan asing (FOR1) berpengaruh positif terhadap tingkat risiko pada level 0,01. Konsentrasi kepemilikan (CON1) berpengaruh positif terhadap tingkat risiko pada level 0,05. Sedangkan tingkat pemenuhan kecukupan

modal (CAR1) berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko pada level 0,05 dan Price to book Value (PBV1) berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko pada level 0,01. Model regresi untuk kelompok sampel dengan PBV rendah memberikan nilai R sebesar 0,628, R² sebesar 0,394 dan adjusted R² sebesar 0,387 dan nilai F

signifikan dibawah 0,01. Pada kelompok bank yang memiliki PBV tinggi, seperti pada tabel 2 menunjukkan kepemilikan swasta domestik (DOM2), kepemilikan asing (FOR2) dan Konsentrasi kepemilikan (CON2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat risiko pada level 0,01.

Sedangkan tingkat pemenuhan kecukupan modal bank (CAR2) berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko (RISK2) pada level 0,01. Khusus untuk PBV kelompok sampel bank PBV tinggi memberikan penjelasan berpengaruh negatif namun tidak signifikan secara statistik pada level 0,05. Hal ini menguatkan penilaian bahwa variabel PBV merupakan kontinjensi bagi pemegang saham dalam pengambilan risiko. Pemegang saham akan lebih berani mengambil risiko ketika bank memiliki PBV rendah, daripada ketika bank memiliki PBV tinggi. Bahkan pada bank yang memiliki PBV tinggi, pemegang saham tidak menganggap PBV sebagai faktor penting dalam menentukan risiko.

Hasil uji Chow menunjukkan bahwa F hitung 11,534 dan F tabel sebesar 2,99. Uji Chow menolak hipotesis nol. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa model regresi pada kelompok bank yang memiliki PBV rendah (PBV1) dan regresi pada kelompok bank yang memiliki PBV tinggi (PBV2) adalah berbeda nyata secara statistik.

Pada kelompok bank dengan PBV rendah, pemegang saham lebih sensitif dalam pengambilan risiko dibandingkan dengan ketika PBV tinggi. Ini mengindikasikan bahwa PBV yang rendah memberikan insentif yang sangat kuat bagi terjadinya

moral hazard bila dibandingkan dengan ketika bank memiliki PBV tinggi. Hasil pengujian sub grup dan uji chow menunjukkan hal tersebut. Pengaruh positif kepemilikan swasta domestik, kepemilikan asing dan konsentrasi kepemilikan terhadap tingkat risiko lebih kuat ketika PBV rendah dibandingkan dengan ketika PBV tinggi. Bahkan pada kelompok bank yang memiliki PBV rendah, maka variabel PBV berpengaruh negatif terhadap risiko. Semakin rendah PBV semakin tinggi tingkat risiko. Sedangkan pada kelompok bank dengan PBV tinggi, maka PBV berpengaruh negatif dan namun tidak signifikan. Perbedaan pengaruh ini memberikan penjelasan bahwa PBV merupakan insentif pemegang saham dalam pengambilan risiko.

Pengaruh Kepemilikan Swasta Domestik terhadap tingkat risiko dapat dijelaskan berikut ini. Berdasarkan output regresi pada Tabel 2, bahwa kepemilikan swasta domestik (DOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko (RISK) baik pada model total sampel maupun sub sampel. Semakin tinggi kepemilikan swasta domestik semakin tinggi tingkat risiko. Ini mengindikasikan bahwa kepemilikan domestik melakukan peran *risk taking* daripada *risk averse*. Temuan ini juga konsisten dengan temuan La Porta, Lopez-De-Silanes dan Zamarripa, (2003) yang menyatakan bahwa bank yang dikontrol oleh pemegang saham domestik cenderung mengarahkan porsi kredit secara signifikan kepada perusahaan terkait, sehingga menjadi tidak efisien atau terjadi risiko portofolio. Temuan ini konsisten dengan argumen *entrenchment*, bahwa peningkatan kepemilikan saham

domestik bank diasosiasikan dengan kinerja yang buruk. Kepemilikan swasta domestik dalam hal pelaksanaan kontrol relatif buruk baik dalam hal kualitas aset dan maupun profitabilitas. Bank domestik dalam kontrol mempunyai pengaruh yang merugikan terhadap nilai bank (Taboada, 2008). Dalam analisis sub grup juga ditemukan bahwa pengaruh kepemilikan domestik terhadap tingkat risiko lebih kuat pada bank-bank dengan PBV rendah daripada pada bank-bank yang memiliki PBV tinggi. Ini menunjukkan bahwa *entrenchment* oleh pemegang saham lebih kuat ketika PBV rendah. Pemegang saham melakukan *moral hazard*.

Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Tingkat Risiko. Tabel 2 menunjukkan kepemilikan asing (FOR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko (RISK), baik pada model total sampel maupun pada model sub sampel. Temuan ini konsisten dengan temuan Weller (2001) yang menemukan bahwa kehadiran bank asing akan menimbulkan pengaruh destabilitas yang membawa instabilitas keuangan nasional karena pembiayaan bank asing pada proyek-proyek yang bersifat spekulatif atau berisiko tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa bank-bank asing juga mengambil risiko tinggi.

Temuan ini lebih konsisten dengan argumen *entrenchment* atau moral hazard dalam kaitannya dengan pengambilan risiko. Hipotesis *moral hazard* dan transfer kekayaan lebih berlaku bagi pemegang saham asing daripada hipotesis kontrol yang dilahirkan dari keagenan konvergensi. Hal ini juga dibuktikan dari analisis sub grup yang membedakan bank dengan PBV

rendah dan bank PBV tinggi. Kepemilikan asing memiliki pengaruh lebih kuat terhadap tingkat risiko pada kelompok bank yang memiliki PBV rendah daripada pada bank-bank yang memiliki PBV tinggi.

Tabel 2 juga menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan (CON) berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko (RISK), baik pada model total sampel maupun pada model sub sampel. Temuan ini konsisten dengan perspektif keagenan *entrenchment* atau *wealth transfer hypothesis*. Kekuatan hak suara yang besar itu telah membuat pemegang saham melakukan ekspropriasi. Pemegang saham mendorong pihak tertentu menggunakan kepemilikan dan kendali yang dimiliki untuk kepentingannya dan merugikan pemegang saham lain atau pihak lain. Dengan demikian Pemegang saham pengendali dalam hal ini lebih melakukan *moral hazard* daripada menjalankan kontrol untuk mereduksi risiko. Hipotesis *moral hazard* lebih berlaku daripada hipotesis kontrol perbankan. *Moral hazard* ini berupa ekspropriasi atau maksimisasi keuntungan pribadi pemegang saham mayoritas atas beban pemegang saham minoritas dan atau deposan dan pihak penjamin simpanan (cebenoyan, Cooperman dan Register, 1999).

Tabel 2 juga menunjukkan bahwa tingkat pemenuhan kecukupan modal bank (CAR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat risiko (RISK) baik pada model total sampel maupun pada model sub sampel. Temuan ini konsisten dengan penelitian Passmore dan Sharpe (1994) menyatakan bahwa kepatuhan pemenuhan kecukupan modal bank akan mendorong bank untuk menurunkan portofolio kredit mereka dan

mengalihkan investasinya ke dalam bentuk surat berharga yang mempunyai bobot risiko yang lebih rendah. Furfine (2002) menunjukkan ada pergeseran portofolio aktiva produktif, bank secara bersama-sama mengurangi portofolio kredit yang berisiko tinggi ke dalam aktiva produktif yang berisiko lebih rendah. Semakin tinggi pemenuhan kecukupan modal semakin rendah risiko bank tersebut. Temuan ini konsisten dengan temuan Supriyatno (2006), bahwa kepatuhan regulasi permodalan mampu mereduksi risiko. Argumen representatif lebih bisa menjelaskan masalah ini daripada argumen *entrenchment*.

Pengaruh PBV terhadap Tingkat Risiko ditunjukkan pada tabel 2, yakni PBV berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat risiko (RISK). Temuan ini konsisten dengan temuan Keeley (1990) dan Demsetz, et al (1997) menemukan hubungan terbalik antara PBV dan risiko. Temuan ini juga konsisten dengan temuan Cebenoyan, Cooperman dan Register (1999). Penurunan dalam PBV mengarahkan bank untuk meningkatkan risiko yang diinginkan pemegang saham. Pada kondisi bank mempunyai PBV rendah, pemegang saham mengambil risiko yang semakin tinggi atas beban deposan atau lembaga penjamin. Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan *wealth transfer hypothesis*.

Insentif untuk melakukan transfer kekayaan meningkat ketika PBV relatif rendah. Hal ini mengindikasikan ada masalah *moral hazard*. Hasil analisis sub grup juga mendukung temuan ini. Pada kelompok bank yang memiliki PBV rendah, pengaruh

PBV terhadap tingkat risiko tersebut lebih kuat dibandingkan dengan kelompok bank-bank yang memiliki PBV tinggi.

Simpulan dan Implikasi

Berdasarkan hasil Pengujian penelitian dan diskusi sebelumnya, dapat disimpulkan:

1. Kepemilikan swasta domestik berpengaruh positif terhadap tingkat risiko, kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap tingkat risiko dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif terhadap tingkat risiko. Hal ini didukung oleh pengaruh negatif dan signifikan PBV terhadap risiko perbankan. Dengan demikian porsi kepemilikan swasta domestik, kepemilikan asing, dan konsentrasi kepemilikan secara implisit telah menciptakan *moral hazard* pada industri perbankan.
2. Tingkat pemenuhan kecukupan modal bank berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kecukupan modal bank maka semakin rendah tingkat risiko. Temuan ini menunjukkan bahwa pemenuhan kecukupan modal bank sebagai representasi publik yang dilakukan oleh regulator masih bekerja dalam mengendalikan risiko perbankan.
3. PBV merupakan insentif bagi pemegang saham/bank dalam pengambilan risiko. Pada bank dengan PBV rendah terbukti lebih signifikan daripada ketika bank memiliki PBV tinggi.

Penelitian ini memberikan implikasi, **pertama** implikasi teori, bahwa teori keagenan konvergensi tidak berlaku bagi pemegang saham pada bank yang memiliki PBV rendah, keagenan *entrenchment* lebih

bisa menjelaskan keputusan-keputusan pemegang saham dalam pengambilan risiko. Dengan kata lain, pemegang saham melakukan *moral hazard* ketika PBV atau prospek laba buruk. Teori keagenan konvergensi lebih berlaku bagi kontrol yang dilakukan oleh pihak eksternal melalui penerapan regulasi pemenuhan kecukupan modal bank. **Kedua** adalah implikasi kebijakan, perlu adanya kebijakan struktur kepemilikan yang bisa membatasi konsentrasi kepemilikan untuk memberikan efek pada penurunan risiko yang diambil pemegang saham mayoritas.

Keterbatasan dan Agenda Penelitian

Penelitian ini belum bisa mendeteksi tindakan moral hazard secara eksplisit dalam pengambilan risiko perbankan. Disamping itu penelitian ini belum mempertimbangkan peran penjaminan simpanan yang bisa menjadi insentif dalam pengambilan risiko. Oleh karena itu agenda penelitian yang akan datang perlu ada kajian khusus yang mampu mendeteksi moral hazard secara eksplisit dan variabel penjaminan simpanan dalam penelitian.

Daftar Pustaka

Aggarwal Raj, Kevin Jacques dan Tara Rice, (2000), Regulation, Off Balance Sheet Activities and Bank Risk, Bank Structure Conference Proceeding, Federal Reserve Bank of Chicago

Anderson, Ronald C. and David M. Reeb, (2003), "Founding-Family Ownership and Firm Performance: Evidence from the S&P 500," *Journal of Finance* 58, 1301-1328.

Anderson, RC and Donal R. Fraser, 2000, Corporate Control, Bank Risk and the health

of banking industry, *Journal of Banking and Finance* 24 (2000),p.1383-1398

Bank Indonesia, (2005), Peraturan bank Indonesia nomor 7/15/2005 tanggal 1 Juli 2005 tentang Jumlah Modal Inti Minimum Bank Umum, Bank Indonesia.

Bank Indonesia, (2006), peraturan bank Indonesia nomor 8/16/2006 tanggal 5 Oktober 2006 tentang Kepemilikan Tunggal Pada Perbankan Indonesia, Bank Indonesia

Calem, Paul, and Rafael Robb, (1999), The impact of capital-based regulation on bank risk taking, *Journal of Financial Intermediation* 8: 317-352.

Cebenoyan, A. Sinan., E. S. Cooperman and Charles A. Register, (1999), Ownership Structure, Charter Value and Risk-Taking behavior for Thrift, *Financial Management*, Vol, 28, no.1

Caprio, G., L. Laeven, and R. Levine. (2007). "Ownership and Bank Valuation." *Journal of Financial Intermediation* 16, 584-617.

Dewatripont, M. and J. Tirole, (1994), *The Prudential Regulation of Banks* (MIT Press, Cambridge, MA).

Demirgüç-Kunt, A. and H. Huizinga, (2000), "Market Discipline and Financial Safety Net Design", mimeo, The World Bank.

Deng, Saiying & Jingyi Jia, (2007), Institutional Ownership, Diversification, and Risk Taking in BHCs, University of Minnesota-Duluth.

- Demsetz, Harold, and Kenneth Lehn, (1985), "The Structure of Corporate Ownership: Causes and Consequences," *Journal of Political Economy*, Vol. 93, No. 6, pp. 1155–77.
- Demsetz, Rebecca S, Marc R. Saidenberg & Philip E. Strahan, (1997), Agency Problem and Risk Taking at banks, Banking Studies Departement, FR Bank of New York.
- Furfine, C., (2002), "Banks as Monitors of Other Banks: Evidence from the Overnight Federal Funds Market," *Journal of Business*, 74, 33-57.
- Furlong, F. T, and S. H. Kwan, (2006), Recapitalization, Charter Values, and Bank Risk-Taking, mimeo.
- Ghozali, Imam, (2009), Analisis Multivariate Lanjutan dengan SPSS< Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gonzales, F., (2003), Bank Regulation and Risk Taking Incentive: An International Comparison of Bank Risk, *Departement of Business, University of Oviedo, Avenida del Cristo*.
- Gunarsih, Tri, (2002), Struktur Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan: Pengaruh Struktur Kepemilikan & Strategi Diversifikasi terhadap Kinerja Perusahaan, Disertasi S3 UGM Yogyakarta, Tidak terbit.
- Hao, Li, (2003), Bank Effect and the Determinants of Loan Yield Spread, School of Business, Finance Area, York University, Toronto.
- Husnan, Suad, (2001), *Corporate Governance* dan keputusan Pendanaan: Perbandingan Kinerja Perusahaan dengan Pemegang Saham pengendali Perusahaan Multinasional dan Bukan Multinasional, Jurnal Riset Akuntansi, Manajemen, Ekonomi, Vol 1 no.1, Feb 2001: 1-12
- John, K., L. Litov, and B. Yeung, (2008), "Corporate Governance and Managerial Risk Taking: Theory and Evidence," *Journal of Finance*, forthcoming.
- Knopf, J.D., and J.L. Teall, (1996), "Risk-Taking Behavior in the U.S. Thrift Industry: Ownership Structure and Regulation Changes," *Journal of Banking and Finance*, 20,
- Keeley, M. C., (1990), Deposit insurance, risk, and market power in banking, *American Economic Review* Vol. 80, No. 5, pp. 1183-1200.
- Kim, D. and A. Santomero, (1994), Risk in Banking and Capital Regulation, *Journal of Finance* 43, 1219-1233.
- Koehn, M. and A. Santomero, (1980), "Regulation of Bank Capital and Portfolio Risk," *Journal of Finance* 35, 1235-1244.
- Kunt, Asli Demirguc & Luc Leiven and Ross Levine, (2003), The Impact of Bank Regulation, Concentration and Institution on Bank Margin, University of Minnesota, Dulluth.
- Lee, Seok Weon, (2004), Regulation, Corporate Control and Bank Risk Taking, Corporate Ownership and Control, Vol 1.

- Laeven, Luc and Ross Levine, (2008), *Bank Governance, Regulation and Risk Taking*, IMF.
- Laeven, L. and R. Levine, (2008), "Complex Ownership Structures and Corporate Valuations," *Review of Financial Studies*, forthcoming.
- La Porta, Rafael, Florencio López-de-Silanes, and Guillermo Zamarripa, (2003). "Related Lending" *Quarterly Journal of Economics*, 118(1): 231-267.
- Marciano, Dedy, (2008), Pengaruh Asimetri Informasi, Moral Hazard dan Struktur Pendanaan Dalam Penentuan Harga Pinjaman Korporasi Dalam Kurs US Dolar: Studi Empiris di Indo. 1990 -1997, Disertasi S3 UGM, Tidak dipublikasikan.
- Passmore, W and Sharpe, S. (1994), "Optimal Bank Portfolios and the Credit Crunch," Finance and Economics Discussion Series 94-19, Federal Reserve Board of Governors.
- Prowse, S., (1997), Corporate Control in Commercial Banks, *The Journal of Financial Research*, Vol XX, p.509-527.
- Prowse, S (2003), 'Corporate Governance in East Asia: A Framework for Analysis', World Bank Working Paper, pp. 113-155.
- Saunders, Anthony dan Marcia Millon Cornett, (2006), *Financial Institutions Management: A Risk Management Approach*, McGraw Hill, Toronto, International Edition.
- Shleifer, Andrei, and Robert W. Vishny, (1997), "A Survey of Corporate Governance," *Journal of Finance*, Vol. 52 (June), pp. 737-83.
- Silva, P. da, Louis, A., and Masaru, Y., (2001), Can Moral Hazard Explain the Asian Crises?, ADB Institute, Tokyo
- Supriyatno, (2006), Pengaruh *Corporate Governance* dan Bentuk Kepemilikan Terhadap Kinerja Keuangan Bank di Indonesia, Disertasi S3 UGM, tidak dipublikasikan.
- Taboada, Alvaro, (2008), Does the Growing Presence of Large Domestic Blockholders around the World Affect Bank Performance?, *Departement of Finance, Fisher College of Business*, The Ohio State University, Columbus.
- Weller, Christian. (2000). "Multinational banks in transition economies." Paper presented at the Eastern Economic Association's annual meeting, Arlington, Va., March 2000.

Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010

Tri Wahyu Karuniawan
Yeterina Widi Nugrahanti

Staff Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana
yeterina.nugrahanti@staff.uksw.edu

Abstract

The objective of this study is to investigate the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on Earnings Response Coefficient (ERC). The study hypothesized that there is negative effect of CSR disclosures level on the ERC since the CSR disclosures provide investors more information which is not captured by the accounting earnings. The population in this study is manufacturing companies which is listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010. By purposive sampling method, this research obtained 66 companies as the research sample. Dependent variable in this research is the Cumulative Abnormal Return (CAR). Independent variable in this study is interaction between Unexpected Earnings (UE) and CSR disclosures index. Firm size and financial leverage was used as a control variables. For testing the hypothesis, this study using multiple regression analysis. The result found that CSR disclosure have not effect on ERC. While firm size and leverage have positive effect on ERC.

Keywords : *Corporate Social Responsibility (CSR), Earnings Response Coefficient (ERC), Cumulative Abnormal Return (CAR), Unexpected Earnings (UE), Size, Leverage.*

PENDAHULUAN

Dalam perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983 dalam Basamalah dan Jermias, 2005). Berbagai penelitian menjelaskan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (selanjutnya disingkat menjadi

CSR - *Corporate Social Responsibility*). Pengungkapan CSR menjadi begitu penting dalam suatu perusahaan karena selain komitmen perusahaan secara sukarela dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, CSR juga dipakai sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Terlaksananya tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor terhadap perusahaan.

Konsep CSR juga muncul karena adanya pengaruh negatif yang di timbulkan oleh perusahaan. Banyak perusahaan besar mendapat kritikan karena menyebabkan masalah-masalah sosial dan hal ini dapat mengganggu kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kondisi seperti ini perusahaan harus mampu bertahan dan memulihkan kepercayaan masyarakat sehingga kelangsungan hidup perusahaan tidak terancam. Melalui konsep CSR perusahaan menekankan bahwa perusahaan mempunyai kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada awalnya dikemukakan oleh Bowen pada tahun 1953 (Ikhsan, 2009). Konsep ini berkomitmen bahwa perusahaan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk pembangunan sektor sosial dan ekonomi secara menyeluruh, melembaga, dan berkelanjutan. Konsep ini kemudian terus berkembang seiring dengan kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan tanggung jawab perusahaan untuk turut meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.

Di Indonesia belum ada regulasi khusus yang mengatur tentang penerapan CSR. Peraturan pelaksanaan CSR disinggung dalam peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 yang merupakan tindak lanjut dan penjelas dari Undang-Undang No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Selama ini banyak perusahaan di Indonesia yang melakukan konsep CSR dan mengungkapkannya secara sukarela sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut. Penelitian Sayekti (2006) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menunjukkan bahwa sampai saat ini hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) telah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya dalam kadar yang beragam. Utomo (2000), Nurlela & Islahudin (2008), Dahlia dan Siregar (2008) dalam Nugrahanti (2010) menjelaskan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawabansosial padaperusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) masih sangat rendah. Hal ini tidak lepas dari motivasi yang mendasari sebuah perusahaan untuk melaksanakan CSR. Beberapa alasan dasar perusahaan dalam melaksanakan praktek ini adalah karena perusahaan memandang CSR sebagai salah satu kewajiban yang harus dilakukan. Selain itu CSR di anggap juga dapat memberikan nilai lebih di mata masyarakat, investor maupun pemerintah yang nantinya diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri.

Perusahaan yang menerapkan program CSR dengan baik akan mendapatkan apresiasi dari masyarakat sehingga citra perusahaan akan menjadi lebih tinggi dan kelangsungan hidup perusahaan juga lebih terjamin. Selain itu investor juga semakin yakin saat berinvestasi pada perusahaan ini karena merasa lebih aman. Tetapi sebaliknya jika perusahaan tidak konsisten dan tidak menerapkan program CSR secara baik, maka akan terjadi konflik-konflik dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Misalnya saja kasus lahan di Mesuji

Lampung yang baru saja terjadi, Konflik besar ini tidak akan terjadi jika PT Barat Selatan Makmur Investindo dan PT Silva Inhutani Lampung betul-betul menjalankan program CSR untuk kemanfaatan warga sekitar. Masalah seperti ini tentunya akan membuat citra perusahaan menjadi jelek dimata masyarakat maupun investor.

Informasi laba merupakan salah satu informasi yang penting dan yang paling direspon oleh investor, namun informasi laba saja kadang tidak cukup untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan investor karena ada kemungkinan informasi tersebut bias (Nugrahanti, 2006). Sehingga laporan laba yang nilainya besar belum tentu menggambarkan kualitas perusahaan yang bagus.

Kualitas laba yang terkandung dalam informasi laba dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC). ERC merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. ERC didefinisikan sebagai koefisien yang mengukur respon *abnormal return* sekuritas terhadap *unexpected earning* perusahaan yang menerbitkan sekuritas (Naimah dan Utama, 2006 dalam Adisusilo, 2011). Informasi laba yang berkualitas akan lebih direspon, sedangkan informasi laba yang kurang atau tidak berkualitas juga akan kurang direspon. Rendahnya ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi.

Dalam beberapa tahun terakhir, laporan CSR sering digunakan oleh para investor di pasar modal sebagai salah satu sumber untuk menentukan keputusan investasi di saham. Investor tidak hanya mengandalkan

informasi laba sebagai bahan pertimbangan keputusan investasi. Eiptein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Laporan tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai komitmen yang tinggi terhadap CSR.

Sampai saat ini, beberapa penelitian mengenai pengaruh pengungkapan informasi CSR terhadap kinerja pasar telah dilakukan. Zuhroh dkk (2003) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan *high profile*. Amilia dan Wijayanto (2007) dalam Nugrahanti (2010) menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR direspon positif oleh investor yang ditandai dengan kenaikan harga saham. Sayekti dan Wondabio (2007) yang meneliti mengenai pengaruh CSR *disclosure* terhadap ERC, menemukan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, yang ditandai dengan menurunnya ERC.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR *Disclosure*) terhadap respon pasar terhadap laba perusahaan (ERC). Penelitian ini mengulang kembali penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007). Pengulangan kembali ini bertujuan untuk mengkonfirmasi temuan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan juga prakteknya yang terjadi di masa sekarang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian

sebelumnya adalah dalam penelitian Sayekti dan Wondabio, variabel kontrol yang digunakan adalah *beta* dan *growth opportunities*. Sedangkan dalam penelitian ini variabel kontrol yang digunakan adalah *leverage* dan ukuran perusahaan. Alasan pengantian variabel kontrol ini adalah karena ada faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap ERC selain *beta* dan *growth opportunities*. Penggantian variabel dalam model regresi akan memungkinkan hubungan yang lebih jelas antara variabel dependen dengan variabel yang lain, karena dalam penelitian sebelumnya hanya variabel *beta* yang berpengaruh terhadap ERC. Sedangkan dalam Mulyani dkk (2007) dan Naimah dan Utama (2006) *leverage* dan ukuran perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi ERC. Selain itu penelitian ini juga menggunakan data tahun 2010. Penggunaan data dan variabel kontrol yang berbeda memungkinkan hasil yang berbeda.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang terkait. Bagi pihak perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai pentingnya pelaksanaan CSR terhadap kelangsungan hidup perusahaan, dan sebagai pertimbangan bagi manajemen dalam membuat kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian pada lingkungan sekitar. Bagi investor, penelitian ini akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility (CSR)

Definisi CSR menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Ikhsan (2009) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya.

Tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari beberapa komponen utama, yakni perlindungan lingkungan, jaminan kerja, hak azasi manusia, interaksi, dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat sekitar, pengembangan ekonomi dan badan usaha, perlindungan kesehatan, kepemimpinan dan pendidikan, bantuan bencana kemanusiaan (Mangoting, 2007). Banyak perusahaan yang semakin menyadari besarnya manfaat dari adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini juga didukung dengan banyaknya penelitian yang menyatakan adanya pengaruh positif dari pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai komitmen yang tinggi terhadap CSR akan diapresiasi oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan akan meningkat. Reputasi yang baik akan lebih memudahkan perusahaan menjalankan bisnisnya sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangannya.

Tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholder*.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosures*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosures*). CSR merupakan salah satu bentuk dari pengungkapan sukarela (*voluntary disclosures*) karena peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas hanya mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sehingga banyak perusahaan yang melaksanakan konsep CSR menurut kesadaran perusahaan dan bukan karena peraturan yang mengharuskan. Hendriksen (1991) dalam Zuhroh dkk (2003) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Dengan adanya pengungkapan yang dilakukan oleh manajemen, hal itu akan mengurangi adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pihak-pihak di luar perusahaan (Murni, 2004).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate*

social reporting, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

Hackston & Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mengemukakan hal-hal yang perlu dilaporkan dalam laporan CSR meliputi aspek lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, karyawan, produk, keterlibatan masyarakat dan umum, misalnya tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan CSR

Earnings Response Coefficient (ERC)

Menurut Cho dan Jung (1991) dalam Utaminingsy dan Ahalik (2010) Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi *abnormal returns* saham dan *unexpected earning*. Sedangkan menurut Naimah dan Utama (2006) dalam Adisusilo (2011), ERC merupakan koefisien yang mengukur respon *abnormal return* sekuritas terhadap *unexpected earning* perusahaan yang menerbitkan sekuritas. Jadi ERC adalah koefisien yang didapat dari hasil regresi antara proksi *abnormal return* dan proksi *unexpected earnings*. Koefisien inilah yang nantinya akan menunjukkan besar kecilnya kualitas informasi laba yang direspon oleh pasar.

Cho dan Jung (1991) dalam Utaminingsy dan Ahalik (2010) mengklasifikasi

pendekatan teoritis ERC menjadi dua kelompok yaitu (1) model penilaian yang didasarkan pada informasi ekonomi (information economics based valuation model) seperti dikembangkan oleh Holthausen dan Verrechia (1988) dan Lev (1989) yang menunjukkan bahwa kekuatan respon investor terhadap sinyal informasi laba (ERC) merupakan fungsi dari ketidakpastian di masa mendatang. Semakin besar noise dalam sistem pelaporan perusahaan (semakin rendah kualitas laba), semakin kecil ERC dan (2) model penilaian yang didasarkan pada time series laba (time series based valuation model) seperti dikembangkan oleh Beaver, Lambert dan Morse (1980).

Respon pasar terhadap laba tidak selalu sama, hal ini disebabkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Scott (2000) dalam Mulyani dkk (2007) faktor yang mempengaruhinya adalah persistensi laba, beta, struktur permodalan perusahaan, *growth opportunities*, dan ukuran perusahaan. Dalam perkembangan perekonomian selanjutnya, tidak tertutup kemungkinan adanya faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi respon pasar.

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap ERC

Informasi laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang banyak mendapat perhatian. Informasi laba dianggap dapat menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan selama satu periode terakhir. Informasi yang terkandung dalam laba ini sangat penting karena akan direspon oleh investor (Nugrahanti, 2006).

Ball dan Brown (1968) dalam Nugrahanti (2006) meneliti mengenai isi laporan keuangan yang mengungkapkan bahwa pengumuman laporan keuangan memiliki kandungan informasi yang relevan bagi pengambilan keputusan investasi, hal ini ditunjukkan dengan naiknya kegiatan perdagangan saham dan variabilitas return saham pada minggu pengumuman laporan keuangan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham.

Akan tetapi informasi laba saja kadang tidak cukup sebagai dasar pengambilan keputusan investor karena ada kemungkinan informasi tersebut bias (Nugrahanti, 2006). Hasil penelitian empiris mengenai hubungan antara *returns/earnings* menunjukkan bahwa meskipun informasi laba digunakan oleh investor, tetapi kegunaan dari informasi laba tersebut bagi investor sangat terbatas (Lev, 1989 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Hal ini ditunjukkan dengan lemahnya dan tidak stabilnya *contemporaneous* korelasi antara *return* saham dan laba, dan juga rendahnya kontribusi laba untuk memprediksi harga dan *return* saham (Lev, 1989 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Laporan CSR merupakan salah satu informasi yang mulai dipertimbangkan oleh para investor. Bagi para investor di pasar modal, terutama mereka yang mempunyai horizon investasi jangka panjang, laporan CSR juga dapat digunakan sebagai salah satu sumber untuk menentukan keputusan investasi di saham. Laporan tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai komitmen yang tinggi terhadap CSR.

Keuntungan perusahaan dalam melaksanakan CSR membuat perusahaan semakin kuat. Apabila perusahaan menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan juga kelestarian lingkungan maka kelangsungan hidup perusahaan juga akan lebih terjaga. Misalnya saja dengan ikut mensejahterakan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan maka masyarakat juga akan mendukung perusahaan tersebut tetap ada. Selain itu juga tidak akan ada demonstrasi karena pencemaran lingkungan.

Dengan adanya keuntungan tersebut, investor akan mempertimbangkan laporan CSR yang di ungkapkan oleh perusahaan. Para investor berpikir bahwa investasi mereka jauh lebih aman karena keberlangsungan perusahaan juga lebih terjamin. Sehingga informasi dari laporan CSR tersebut dapat memberikan wawasan baru bagi investor dan mengurangi pemakaian informasi laba yang kemungkinan juga terdapat informasi yang bias.

Sejumlah studi di dalam dan di luar negeri memang menemukan terdapat hubungan positif antara tingkat pelaksanaan CSR dengan harga saham. Zuhroh dkk (2003) menemukan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*.

Dalam membuat keputusan investasi para investor tidak lagi hanya mengandalkan informasi laba saja. Para investor mulai mempertimbangkan kegiatan CSR perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan

perusahaan (Sayekti dan Wondabio ,2007). Pertimbangan para investor tersebut akan mempengaruhi respon pasar terhadap laba perusahaan (ERC) karena investor tidak hanya menggunakan informasi laba saja dalam membuat keputusan investasi tetapi juga menggunakan informasi yang terkandung dalam laporan CSR. Ini berarti informasi yang terkandung dalam CSR akan mengurangi atau berpengaruh negatif terhadap tingkat pemakaian informasi laba oleh investor.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka hipotesis utama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap Earnings Response Coefficient (ERC).

METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010. Pemilihan perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan manufaktur lebih banyak mempunyai pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan sehingga pengungkapan CSR nya lebih banyak (Kusumadilaga, 2010). Metoda pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010 dan menerbitkan laporan tahunan secara lengkap tahun 2010 di BEI.
2. Perusahaan-perusahaan yang memiliki

data lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Data dan sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data diperoleh dari *annual report* perusahaan untuk periode 2009-2010 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mencakup laba aktual perusahaan, total hutang, total ekuitas, total aset dan data pengungkapan CSR. Data *annual report* tersebut diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Selanjutnya, data harga saham untuk menghitung *return* pasar diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory 2010*, serta situs Yahoo Finance (<http://finance.yahoo.com>).

Pengukuran Variabel Variabel Dependen

Dalam penelitian ini ERC merupakan koefisien yang didapat dari hasil regresi antara proksi *abnormal return* dan proksi *unexpected earning*. Koefisien inilah yang nantinya akan menunjukkan besar kecilnya kualitas informasi laba yang direspon oleh pasar. Oleh karena itu variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Cummulative Abnormal Return* (CAR). Pengukuran *abnormal return* dalam penelitian ini menggunakan *market-adjusted model* yang mengasumsikan bahwa pengukuran *expected return* saham perusahaan yang terbaik adalah *return* indeks pasar (Pincus, 1993, dalam Widiastuti, 2002). Periode CAR adalah 5 hari sebelum tanggal laporan tahunan, 1 hari tanggal laporan keuangan dan 5 hari setelah tanggal laporan keuangan. Berikut adalah rumus untuk menghitung *abnormal return*:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Keterangan :

AR_{it} : *Abnormal return* untuk perusahaan i pada hari ke-t.

R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t.

R_m : *Return* indeks pasar pada hari ke-t.

P_{it} : Harga saham perusahaan i pada waktu t.

P_{it-1} : Harga saham perusahaan i pada waktu t-1.

IHSG_t : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t.

IHSG_{t-1} : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1.

Variabel Independen

UE (*Unexpected Earnings*)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah UE (*Unexpected Earnings*) dan pengungkapan informasi CSR dalam *annual report* perusahaan atau CSR *disclosure* Indeks (CSRI). UE merupakan selisih dari laba akuntansi yang direalisasi dengan laba akuntansi yang diharapkan oleh pasar. Rumus perhitungan UE adalah sebagai berikut :

$$UE_t = \frac{AE_t - AE_{t-1}}{AE_{t-1}}$$

Keterangan :

UE_t : *Unexpected earnings* perusahaan pada tahun t
 AE_t : Laba aktual perusahaan pada tahun t
 AE_{t-1} : Laba aktual perusahaan pada tahun t-1

CSR disclosure Indeks (CSRI)

Penelitian ini dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam enam indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, kemasyarakatan, dan tanggungjawab produk. Total dari seluruh indikator kinerja mencapai 79 indikator. Pengungkapan CSR diukur dengan CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*) dengan menggunakan indikator GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah organisasi internasional yang *concern* terhadap permasalahan CSR dan *sustainable development*. GRI menyajikan kerangka pelaporan yang dimaksudkan sebagai kerangka kerja yang berlaku secara umum untuk melaporkan kinerja organisasi secara ekonomi, lingkungan dan sosial. Perusahaan diberi skor 1 jika mengungkapkan item informasi dan diberi skor 0 jika tidak mengungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j = 79$

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Variabel kontrol

Leverage

Berbeda dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian ini variabel kontrol yang digunakan adalah *leverage* dan ukuran perusahaan (*Size*). *Leverage* atau stuktur modal diukur menggunakan *debt to asset ratio*, rasio ini merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyani dkk (2007) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap ERC.

Rumus perhitungan *leverage*:

$$\frac{\text{Debt to to Asset Ratio Total hutang}}{\text{total aset}}$$

Ukuran perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Konsekuensinya semakin informatif harga saham maka semakin kecil pula muatan informasi *earnings* sekarang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyani dkk (2007) dan Naimah & Utama (2006) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC. Ukuran perusahaan dihitung dengan Logaritma Natural (Ln) Total aset.

Model penelitian

Untuk menguji hipotesa digunakan alat

uji analisa regresi berganda dengan model interaksi. Sebelum melakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji pendahuluan. Model regresi berganda yang baik harus memenuhi syarat uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik pada penelitian ini meliputi: uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2002).

Ada dua model yang diajukan, yaitu model pertama yang meregresikan variabel CAR dengan variabel UE dan CSRI, serta interaksi keduanya, tanpa memasukkan variabel kontrol. Model kedua adalah model yang sudah memasukkan variabel kontrol (yaitu *leverage* dan ukuran perusahaan) beserta interaksi dari masing-masing variabel kontrol tersebut dengan variabel UE (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Model I (tanpa variabel kontrol) :

$$CAR = \beta_0 + \beta_1 UE + \beta_2 CSRI + \beta_3 UE * CSRI + \varepsilon$$

Model II (dengan variabel kontrol) :

$$CAR = \beta_0 + \beta_1 UE + \beta_2 CSRI + \beta_3 LEVR + \beta_4 SIZE + \beta_5 UE * CSRI + \beta_6 UE * LEVR + \beta_7 UE * SIZE + \varepsilon$$

Keterangan :

CAR : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan.

UE : *Unexpected Earnings* perusahaan yang dihitung dengan menggunakan asumsi *random walk*.

CSRI : *Corporate Social Disclosures Index* (mengukur jenis dari CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya).

β : Parameter

ε : Error term

LEVR : *Leverage* perusahaan

SIZE : Ukuran perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

SAMPEL

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2010. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, diperoleh 66 sampel penelitian dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Proses pengambilan sampel

Kriteria Sample	Jumlah perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2010	146
Perusahaan manufaktur yang belum mempublikasikan laporan tahunan tahun 2010	(26)
Perusahaan yang data laporan keuangan yang tidak dalam satuan mata uang rupiah	(37)
Perusahaan yang IHSG dan harga saham harian tidak diketahui	(17)
Sampel Penelitian	66

HASIL STATISTIK DESKRIPTIF

Tabel 2 Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean
CAR	66	-0,25	0,28	0,01
UE	66	-8,67	4,90	0,25
CSR	66	0,04	0,44	0,25
DER	66	0,04	3,21	0,50
(Ln) Total aset	66	11,38	17,24	14,04
Valid N (listwise)	66			

Dari hasil uji statistik diketahui bahwa Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) mempunyai nilai terendah 0,04 yaitu oleh PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk. dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 0,44 yaitu oleh PT. Unilever Tbk. Rata-rata pengungkapan kegiatan sosial perusahaan (CSR) sebesar

0,25. Rata-rata ini lebih tinggi jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yaitu sebesar 0,201 (Sayekti, 2007).

Hasil ini juga tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2000), Nurlela & Islahudin (2008), Dahlia dan Siregar (2008) dalam Nugrahanti (2010) yang menjelaskan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) masih sangat rendah.

Walaupun hasil tersebut menunjukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) untuk perusahaan manufaktur di Indonesia masih tergolong rendah, akan tetapi nilainya terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini mengindikasikan bahwa semakin besar perhatian perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan.

Variabel penelitian CAR mempunyai nilai terendah sebesar -0,25 dimiliki oleh PT. Apac Citra Centertex dan nilai tertinggi sebesar 0,28 dimiliki oleh PT. Voksel Elektrik. Nilai rata-rata CAR sebesar 0.01 yang menunjukkan nilai positif. Ini berarti rata-rata *return* yang didapat lebih besar dari *return* yang diharapkan.

Variabel penelitian UE mempunyai nilai terendah sebesar -8,67 dimiliki oleh PT. Apac Citra Centertex dan nilai tertinggi sebesar 4,90 dimiliki oleh PT. Indofarma. Nilai rata-rata UE sebesar 0,25 yang menunjukkan bahwa rata-rata laba perusahaan tahun 2010 mengalami peningkatan.

**Tabel 3. Statistik Deskriptif
Indikator pengungkapan CSR
berdasarkan index GRI**

Indikator	Min (%)	Max (%)	Mean (%)
EC (ekonomi)	22.22	77.78	53.40
EN (lingkungan)	0.00	50.00	17.44
LA (tenaga kerja)	7.14	64.29	26.15
HR (hak asasi manusia)	0.00	55.56	7.65
SO (masyarakat)	0.00	50.00	12.99
PR (tanggungjawab produk)	0.00	100.00	29.30

Dari hasil statistik tentang Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Menurut GRI, terdapat 6 indikator yang digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR. Kinerja bidang ekonomi memiliki rata-rata tertinggi dibandingkan dengan yang lainnya, dengan nilai 53,40 %. Ini berarti dalam pelaksanaan pengungkapan CSR, perusahaan lebih banyak mengungkapkan informasi kegiatan tanggungjawabnya di bidang ekonomi. Hal ini dimungkinkan karena bidang ekonomi merupakan salah satu hal yang paling di perhatikan oleh investor. Selain itu indikator di bidang ekonomi memuat beberapa informasi penting yang berkaitan dengan informasi laba. Sedangkan rata-rata pengungkapan yang paling kecil terdapat dalam indikator hak asasi manusia, dengan nilai 7,65%.

PENGUJIAN DATA

UJI ASUMSI KLASIK

UJI MULTIKOLINIERITAS

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Menurut Ghazali (2005) nilai *cutoff* yang umum

dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10. Model yang diuji dalam penelitian ini tidak memasukkan variabel interaksi antar variabel independen, hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak adanya variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan juga nilai *VIF* yang lebih besar dari 10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Heteroskedastisitas terjadi jika ada variabel independen yang nilainya lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar, yaitu sebesar 10%. Nilai signifikansi pada penelitian ini antara 0,19 sampai 0,96, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

UJI NORMALITAS

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas pada 66 sampel didapatkan hasil nilai signifikansi 0,85 lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 10%, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

HASIL UJI HIPOTESIS

Berikut ini dipaparkan hasil uji regresi berganda untuk melihat pengaruh

pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) terhadap *earnings response coefficient*.

Tabel 4.1. Hasil analisa regresi berganda

Variabel independen	Model I		
	β	T	sig 1 sisi
Konstanta	-0,02	-0,66	0,26
UE	0,02	1,32	0,10
CSRI	0,11	0,83	0,21
UE*CSRI	-0,03	-0,46	0,33
Sig F	1,33 (0,27)		
Adj. R ²	0,02		

Tabel 4.2 Hasil analisa regresi berganda

Variabel independen	Model II		
	β	T	sig 1 sisi
Konstanta	0,02	0,14	0,45
UE	0,18	1,21	0,12
CSRI	0,03	0,21	0,42
LEVR	0,01	0,46	0,33
SIZE	0,00	0,15	0,44
UE*CSRI	-0,03	-0,47	0,32
UE*LEVR	0,07	2,32	0,01
UE*SIZE	0,02	1,38	0,08
Sig F	1,51 (0,18)		
Adj. R ²	0,05		

Model I :

$$CAR = \beta_0 + \beta_1 UE + \beta_2 CSRI + \beta_3 UE*CSRI + \varepsilon$$

Model II :

$$CAR = \beta_0 + \beta_1 UE + \beta_2 CSRI + \beta_3 LEVR + \beta_4 SIZE + \beta_5 UE*CSRI + \beta_6 UE*LEVR + \beta_7 UE*SIZE + \varepsilon$$

Dari tabel.2 di atas yang menampilkan hasil analisis dari dua model regresi berganda, yaitu model yang tidak memasukkan variabel kontrol dan yang memasukan variabel kontrol. Uji F dari kedua model menunjukkan hasil yang berbeda. Model I memiliki nilai F sebesar 1,33 (sig 0,27) dan Model II memiliki nilai uji F sebesar 1,51 (sig 0,18). Hal ini berarti model yang menggunakan variabel kontrol lebih baik

dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen karena memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa model I memiliki adjusted R^2 sebesar 0,02. Sedangkan Model II memiliki adjusted R^2 sebesar 0,05. Model II yang memiliki nilai R^2 lebih besar menunjukkan bahwa pengikutsertaan variabel kontrol dapat meningkatkan *explainability* model atau *explainability* variabel independen terhadap perilaku variabel dependen (Sayekti, 2007)

Dalam penelitian ini ada dua model regresi yang digunakan, yaitu model I yang tidak memasukkan variabel kontrol dan model II yang memasukkan variabel kontrol. Hasil penelitian dalam model I dan model II menunjukkan bahwa variabel CSRI memiliki nilai yang tidak signifikan, yaitu sebesar 0,21 dalam model I dan 0,42 dalam model II. Ini berarti pengungkapan CSR dalam laporan tahunan tidak berpengaruh terhadap *abnormal return*. Hal ini kemungkinan disebabkan investor tidak cukup yakin dengan ungkapan sukarela manajemen termasuk laporan CSR di dalamnya (Widiastuti, 2002).

Hasil penelitian model I dan model II menunjukkan bahwa variabel interaksi UE*CSRI memiliki nilai yang tidak signifikan dan tanda koefisien yang positif, yaitu sebesar 0,33 dalam model I dan 0,32 dalam model II. Ini berarti pengungkapan CSR dalam laporan tahunan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ERC. Hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sayekti (2007), namun konsisten dengan temuan

Nugrahanti (2006) dan Widiastuti (2002) yang menyimpulkan bahwa luas ungkapan sukarela tidak berpengaruh negatif terhadap ERC.

Hasil pengujian interaksi variabel UE dan variabel kontrol dalam model II menunjukkan bahwa variabel interaksi UE*LEVR dan UE*SIZE yang memiliki nilai signifikansi dibawah 0,1 dan memiliki nilai koefisien positif. Hal ini berarti *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap ERC. Dengan demikian semakin besar struktur modal dan ukuran perusahaan, maka semakin besar juga ERC.

PEMBAHASAN

Jadi berdasarkan pengujian diatas baik dalam Model I dan Model II, tidak dapat mendukung hipotesa yang menyatakan tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para investor kemungkinan masih memberikan respon yang lebih besar terhadap informasi laba dari pada laporan pertanggungjawaban sosial dalam pengambilan keputusan investasi sehingga tidak ditemukan pengaruh yang negatif antara pengungkapan CSR terhadap ERC.

Buktidarihasilpenelitiantersebutditunjukan oleh PT Citra Marga Nusaphala Persada yang mempunyai indek CSR sebesar 0,15 % dengan nilai UE yang lebih tinggi yaitu sebesar 3,32%. Tingkat pengungkapan CSR yang rendah merupakan salah satu alasan para investor lebih melihat informasi laba dalam membuat keputusan investasi. Informasi laba sangat penting dalam pengambilan keputusan karena selain

untuk menilai kinerja manajemen, laba juga membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif, serta untuk menaksir risiko dalam investasi atau kredit (*Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No.1 dalam Mulyani dkk, 2007). Informasi laba juga menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola sumberdaya perusahaan selama satu periode terakhir. Laba akuntansi mempunyai kandungan informasi yang penting karena digunakan oleh pihak manajemen untuk menyampaikan prospek perusahaan di masa depan. Selain itu pengumuman pembayaran dividen yang terkandung dalam informasi laba menjadi salah satu informasi yang paling direspon oleh pasar.

Sedangkan untuk pengungkapan CSR di Indonesia, standar akuntansi keuangan Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial. Sehingga perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2000), Nurlala & Islahudin (2008), Dahlia dan Siregar (2008) dalam Nugrahanti (2010) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) masih sangat rendah. Minimnya perusahaan yang mempraktikkan konsep CSR membuat para investor memandang sebelah mata informasi yang terkandung dalam laporan pengungkapan pertanggungjawaban ini. Sehingga informasi CSR kurang digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan investasi oleh para investor.

Selain itu biaya yang dikeluarkan dalam penerapan CSR relatif cukup besar sedangkan manfaat atau hasil dari

penerapan CSR tidak dapat terlihat dalam jangka pendek. Sehingga perusahaan yang tidak memiliki komitmen yang kuat terhadap masyarakat dan lingkungan akan enggan menerapkan CSR.

Hal ini konsisten dengan temuan Junaidi (2005) yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan melalui laporan tahunan kemungkinan belum dijadikan sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan menentukan dalam proses pengambilan keputusan investasi oleh para investor. Dalam mengambil keputusan, investor cenderung lebih memperhatikan informasi laba daripada informasi ungkapan sukarela karena investor memperkirakan prospek perusahaan di masa datang dengan mendasarkan pada informasi laba yang diperoleh dari tahun ke tahun (Collins dan Kothari 1989, dalam Nugrahanti 2006).

Hasil penelitian untuk variabel $UE*LEVR$ yang menunjukkan nilai yang signifikan, ini berarti menunjukkan bahwa struktur modal atau *Leverage* berpengaruh secara positif terhadap ERC. Dengan demikian semakin besar hutang maka semakin besar juga ERC. *Leverage* digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dibelanjai dengan hutang. Rachmawati dan Triatmoko (2007) dalam Mahiswari (2012) menjelaskan bahwa tingkat kewajiban yang tinggi menjadikan pihak manajemen perusahaan menjadi lebih sulit dalam membuat prediksi jalannya perusahaan ke depan. Sehingga hal ini menyebabkan investor akan lebih merespon informasi laba dalam proses pengambilan keputusan investasinya. Selain itu para investor juga tetap percaya walaupun *leverage* tinggi

perusahaan masih memiliki kemampuan untuk membayar hutang, karena masih memiliki laba yang akan dihasilkan. Sehingga informasi laba diperlukan dalam proses pengambilan keputusan.

Hasil penelitian untuk variabel UE*SIZE menunjukkan nilai positif signifikan, ini berarti Size berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Hasil ini sesuai dengan Chaney dan Jeter (1992) dan Easton dan Zmijewski (1989) dalam Naimah dan Utama (2006) yang menemukan hubungan positif antara ERC dan ukuran perusahaan. Pada perusahaan besar, tersedia banyak informasi non-akuntansi sepanjang tahun. Informasi tersebut digunakan oleh pemodal sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan dengan lebih baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan mengurangi ketidakpastian. Pada saat pengumuman laba, informasi laba akan direspon positif oleh pemodal tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) terhadap *earnings response coefficient*. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan data dari 66 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010 dapat diambil kesimpulan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayekti (2007), namun konsisten dengan temuan Nugrahanti (2006) dan

Widiastuti (2002).

Hasil pengujian variabel kontrol menemukan bahwa variabel interaksi UE*LEVR dan UE*SIZE berpengaruh positif terhadap ERC. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyani (2007) dan Naimah dan Utama (2006).

Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah sampel dan periode penelitian yang relatif terbatas. Selain itu periode pengamatan yang digunakan diambil pada tahun 2010, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya mengenai praktik pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang paling baru. Maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode penelitian dan menggunakan periode yang paling baru agar dapat menggambarkan keadaan yang terbaru.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam proses *check list* pada item-item pengungkapan CSR, dimungkinkan terdapat unsur subjektivitas dalam memberi penilaian pengungkapan CSR.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang hanya memasukkan 2 faktor dari beberapa faktor yang mempengaruhi ERC sebagai variabel kontrolnya. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat memasukkan beberapa faktor lagi yang mempengaruhi ERC. Selain itu, jika dimungkinkan dapat dilakukan penelitian kepada investor untuk mengetahui mengapa informasi CSR kurang berperan dalam pembuatan keputusan investasi jika dibandingkan dengan informasi laba.

Implikasi

- Bagi Investor
Karena sangat pentingnya informasi laba bagi investor dalam proses pengambilan keputusan, maka sebaiknya investor lebih cermat lagi dalam menganalisa setiap laporan keuangan agar informasi yang didapat benar-benar menggambarkan keadaan perusahaan baik sekarang atau prospek kedepannya.
- Bagi Perusahaan
Dari hasil penelitian, tidak berpengaruhnya CSR terhadap ERC dimungkinkan karena rendahnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk lebih berkomitmen dalam pelaksanaan CSR secara berkelanjutan sehingga pengungkapannya juga akan semakin besar. Dengan demikian investor akan semakin mempertimbangkan informasi yang terkandung dalam pengungkapan tersebut.

Daftar Pustaka

- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- Adisusilo, Pramudito. 2011. "Pengaruh Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan terhadap *Earning Response Coefficients* (ERC) (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2009)". *Skripsi program SI*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Basamalah, Anies S., and Johnny Jermias. 2005. "Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy". *Gadjah Mada International Journal of Business*, January-April 2005, Vol. 7, No. 1, pp. 109 – 127.
- Ghozali, Imam. 2002. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 2005*". Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikhsan, Arfan. 2009. "*Akuntansi Manajemen Lingkungan*". Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Junaedi, Dedi. 2005. "Dampak Tingkat Pengungkapan Informasi Perusahaan Terhadap Volume Perdagangan dan Return Saham: Penelitian Empiris terhadap Perusahaan-perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 2, No. 2, pp. 1-8, Juli-Desember 2005.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating". Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mahiswari, Raras. 2012. "Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance*,

Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2007-2009)". *Skripsi Program S1*, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.

Mangoting, Yenni. 2007. "Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9, No. 1, Mei 2007:35-42.

Mulyani, Sri, Nur Fadjrih Asyik, dan Andayani. 2007. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *JAAI Volume 11 No.1, Juni 2007: 35-45*.

Murni, Siti Asiah. 2004. "Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dan Asimetri Informasi Terhadap Cost of Equity Capital Pada Perusahaan Publik di Indonesia". *Jurnal riset akuntansi Indonesia Vol. 7, No. 2, Mei 2004. Hal. 192-206*.

Naimah, Zahroh dan Siddarta Utama, 2006, " Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba dan Koefisien Respon Nilai Buku Ekuitas: Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*.

Nugrahanti, Yeterina Widi. 2006. "Hubungan Antara Luas Ungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Dengan Earnings Response Coefficient dan Volume Perdagangan Pada Saat Pengumuman Laba". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.XII No.2, September 2006: 152-171*.

Nugrahanti, Yeterina Widi. 2010. "Pengaruh

Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Kinerja Perusahaan". Proceedings Call for Paper Seminar Atmajaya. 25-26 Mei 2010.

Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi X*.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta". *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.

Utaminingsyas, Tri Hesti, dan Ahalik. 2010. "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Response Coefficient: Evidence from Indonesian Stock Exchange". *Oxford Business & Economics conference Program*.

Widiastuti, Harjanti. 2002. "Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*". *Simposium Nasional Akuntansi V*.

Zuhroh, Diana, dan I Putu Pande Heri Sukmawati. 2003. "Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor". *Simposium Nasional Akuntansi VI*.

Indonesian Capital Market Directory 2010.

www.idx.co.id

<http://finance.yahoo.com>

Model E-Business Untuk Klaster Industri Kerajinan Gerabah

Tutik Khotimah

Darsin

Teknik Informatika Universitas Muria Kudus

Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro

tutik.khotimah@gmail.com

darsin_hunter@yahoo.com

Abstract

Pottery industrys in sub-district Mayong regency Jepara are potentially industrial clusters. Pottery industrys to be pottery industry clusters are expected to eventually be able to manage the pottery industry to develop their potential, to compete with other pottery industry from other areas and potentially for export. In addition, the pottery industry clusters will be expected to assist the industry in meeting the needs of raw materials, labors, supporting materials, capitals, etc., also help the industry in distributing products to consumers directly like any distributor, and minimize competition between the fellow industry that maintained continuity of pottery industrys in sub-district Mayong regency Jepara. To sustain the pottery industrys, the development of e-business model is the right choice, responding to the issue of green business. The model will be expected to help the pottery industry clusters, both for internal activities (related to the production process) would also external activities (relating to consumer).

Keywords: green business, e-business, industrial clusters, pottery industrys

PENDAHULUAN

Upaya perbaikan ekonomi yang dilakukan pemerintah berakibat pada perubahan struktur ekonomi (Kuncoro, 2007). Arah pertumbuhan industri di Indonesia mengalami perubahan dari dasawarsa ke dasawarsa. Diawali tahun 1960-an, pembangunan industri dasar di Indonesia dikhususkan untuk menghasilkan produk-produk yang berfungsi untuk menggantikan barang-barang impor (*Import Substitution Strategy*). Pada dasawarsa berikutnya, yaitu pada tahun 1970-an, pembangunan dan pengembangan industri dilakukan secara menyebar (*Broad Based Strategy*). Sedangkan di akhir tahun 1980-an,

pembangunan dan pengembangan industri sedikit mengarah ke prioritas PUN (Produk Unggulan Nasional) dan PAD (Produk Unggulan Daerah). Dan di akhir tahun 1990-an, pembangunan dan pengembangan industri diarahkan menuju klaster industri.

Kebijakan pengembangan klaster secara eksplisit tertuang dalam GBHN tahun 1999-2004. Arah pembangunan ekonomi GBHN yang terkait dengan pengembangan klaster adalah mengembangkan perekonomian yang berorientasi global sesuai dengan kemajuan teknologi dengan membangun keunggulan kompetitif berdasarkan keunggulan

komparatif sebagai negara maritim dan agraris, sesuai kompetensi dan keunggulan di setiap daerah, terutama pertanian dalam arti luas, kehutanan, kelautan, pertambangan, pariwisata, serta industri kecil dan kerajinan rakyat. Pendekatan klaster dinilai sebagai salah satu kebijakan yang tepat untuk meningkatkan daya saing ekonomi di tingkat daerah maupun tingkat nasional.

Industri kerajinan gerabah merupakan bagian dari industri kecil dan menengah tertentu yang diprioritaskan untuk dikembangkan menjadi klaster industri seperti dijelaskan dalam Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 135/M-IND/PER/10/2009 Tentang Peta Panduan (*Road Map*) Pengembangan Klaster Industri Gerabah dan Keramik Hias. Dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa industri gerabah adalah industri barang-barang dari tanah liat, industri bahan bangunan dari tanah liat, dan industri barang lainnya dari tanah liat.

Daerah Mayong kabupaten Jepara adalah salah satu daerah yang menghasilkan gerabah di Indonesia. Industri kerajinan gerabah merupakan industri rumahan yang dikelola oleh masyarakat Mayong sebagai mata pencaharian, di samping industri kerajinan genting dan batu bara. Namun keberadaan industri gerabah saat ini, hampir tidak dapat bersaing dengan industri genting. Pengrajinnya pun banyak yang beralih ke industri kerajinan genting yang lebih memberikan profit lebih dari pada industri gerabah. Selain itu, proses yang harus dilakukan untuk menghasilkan sebuah gerabah tidak semudah proses yang harus dilakukan untuk menghasilkan

sebuah genting. Gerabah membutuhkan perawatan ekstra lebih dari pemiliknya. Meski pun demikian, beberapa pengrajin gerabah enggan beralih ke industri genting. Alasannya adalah modal untuk industri genting jauh lebih besar dibandingkan dengan modal untuk industri gerabah.

Meski pun sebagai industri kecil, permintaan konsumen terhadap gerabah termasuk tinggi. Bahkan permintaan tersebut sering kali tidak terpenuhi, apa lagi ketika terdapat *event* seperti Dandangan, Sekatenan, Besaran, dsb. Pemasaran produk gerabah dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari mendasarkan barang dagangan di pasar-pasar atau pada acara-acara ritual. Dapat juga dilakukan dengan berkeliling menjual produk-produk gerabah dengan menggunakan sepeda motor atau berjalan kaki dengan memanggul keranjang berisi gerabah. Namun, ada juga pembeli yang datang ke rumah-rumah, baik mereka bertindak sebagai distributor mau pun sebagai konsumen langsung. Produk-produk dari kerajinan gerabah Mayong dipasarkan ke berbagai daerah seperti Kudus, Semarang, Solo dan daerah sekitarnya.

Pertumbuhan yang cepat dan adopsi teknologi baru telah memfasilitasi transformasi organisasi (Timmers, 1999). Kemajuan terbaru dalam teknologi komunikasi dan informasi, seperti munculnya internet dan ekspansi cepat dari internet serta penurunan secara cepat dalam biaya komputasi dan komunikasi, telah memungkinkan pengembangan cara-cara baru untuk menciptakan dan memberikan nilai, yang telah menawarkan ruang lingkup untuk penciptaan mekanisme

pertukaran dan arsitektur transaksi secara tidak konvensional (Amit & Zott, 2001) dan menekankan kemungkinan untuk desain baru mencakup batas bentuk-bentuk organisasi (Daft & Lewin, 1993; Dunbar & Starbuck, 2006).

Kegiatan dunia usaha menggunakan teknologi internet adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan untuk memasuki pasar di dunia maya yang disebut sebagai *electronic business* dan *commerce* (*e-business* dan *e-commerce*) (Tamimi, Sebastianelli & Rajan 2005). Internet mempengaruhi proses bisnis yang melintasi fungsionalitas sebuah kelompok dalam organisasi dari pengembangan produk, penjualan, pelayanan terhadap konsumen, sumber daya manusia dsb (Rao, 2002). Dengan memanfaatkan teknologi internet, perusahaan dapat melakukan berbagai kegiatan bisnis secara elektronik seperti; transaksi bisnis, operasi fungsi-fungsi perusahaan, berbagi informasi dengan konsumen dan supplier untuk mempertahankan hubungan sebelum, selama dan setelah proses pembelian (Zwass 1998; Haag, Cummings & Dawkins, 1998).

Pada umumnya fitur situs perusahaan dilengkapi dengan fungsi-fungsi informasi, pemesanan atau penjualan, pembayaran, pelayanan konsumen dan komunikasi (Ellinger, Lynch and Hansen 2003; Sellito, Wenn & Burgess 2003; Teo & Pian 2004; Young & Benamati 2000) sehingga dengan menggunakan situs perusahaan, si pengakses (*users*) akan merasakan berbagai manfaat (*usefulness*) dalam menjelajah situs perusahaan tersebut. Manfaat menggunakan situs perusahaan bagi para

pengakses antara lain: mempercepat dan mempermudah pencarian informasi tentang barang dan jasa (Gefen 2003), atau dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja (Ignatius & Ramayah 2005).

Menanggapi isu tentang *green business* yang berkembang saat ini, pemanfaatan internet dalam kegiatan bisnis sehari-hari baik yang berhubungan dengan proses produksi maupun yang berhubungan dengan konsumen adalah solusi yang menarik untuk menjaga keberlangsungan dari bisnis itu sendiri. Penggunaan internet dapat mengurangi biaya dan waktu perjalanan untuk mencari sumber daya industri atau pun untuk mencari konsumen dari hasil produksi. Didukung oleh perkembangan teknologi ponsel yang telah menyertakan jaringan internet dalam teknologinya, penggunaan internet oleh masyarakat awam adalah suatu keniscayaan.

Green business merupakan salah satu aktivitas untuk mewujudkan *green economy* (Mutamimah, 2011). Ada beberapa alasan mengapa banyak perusahaan yang menerapkan *green innovation* (Putri, 2010). Pertama-tama, mereka memiliki niat dan punya kesadaran sosial yang tinggi terhadap *green innovation*. Kedua, masyarakat semakin berkembang ke arah *green consumer*. Ketiga, *green innovation* adalah peluang yang menarik. Keempat, adanya Protokol Kyoto yang mewajibkan negara maju untuk mengurangi emisi karbonnya sebesar 6-8% hingga tahun 2012.

Dalam rangka meng-*green business*-kan kegiatan-kegiatan bisnis agar keberlangsungan proses bisnis terjaga,

termasuk juga untuk industri kerajinan gerabah yang ada di daerah Mayong kabupaten Jepara, model sistem *e-business* dapat diterapkan. Model *e-business* ini digunakan oleh peserta klaster industri untuk membantu proses bisnis dalam kegiatan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam kegiatan pra produksi dan produksi, industri inti berhubungan dengan industri pemasok dan industri pendukung. Sedangkan dalam kegiatan pasca produksi, industri inti berhubungan dengan konsumen langsung atau distributor, dapat juga berhubungan dengan industri inti lainnya yang membutuhkan produk. Interaksi ini nantinya dilakukan dengan menggunakan teknologi internet.

KAJIAN PUSTAKA

Green Business

Pendekatan yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan kesinambungan dalam aktivitasnya yang berwawasan lingkungan dikenal dengan bisnis hijau (*green business*) (Sulistiyowati, 2002). Secara tradisional *green business* didefinisikan sebagai barang dan jasa yang ramah lingkungan (Ernst & Young, 2008) meski pun tidak lagi sepenuhnya menangkap jangkauan perusahaan dan sektor yang aktif dalam *green activities*. Dalam perkembangan selanjutnya *green business* didefinisikan sebagai:

“those business that, across the whole economy, have made efforts to introduce low-carbon, resource efficient, and/or re-manufactured products, processes, services and business models, which allow them to operate and deliver in a significant;y more sustainable way than their closest competitors” (Ernst & Young, 2008).

Green business tidak hanya sekadar slogan, tulisan iklan, atau angan-angan namun kita harus mengimplementasikan secara holistik pula (Mutamimah, 2011). *Green business* dapat diwujudkan dengan menggunakan bahan baku yang aman bagi kesehatan konsumen, ramah lingkungan, dan efisien energi. *Green business* juga dapat diwujudkan dalam *green packaging* yaitu membungkus produk dengan bahan yang efisien, *green marketing* yaitu mempromosikan produk, serta mengantarkannya ke konsumen dengan cara efisien energi, efisien dalam penggunaan kertas, dan ramah lingkungan. Misalnya perusahaan mengiklankan produknya melalui internet, dan sebagainya.

Business Model

Model bisnis sering dipelajari tanpa didefinisikan konsepnya secara eksplisit. (Zott et al, 2010). Pada umumnya model bisnis disebut sebagai pernyataan (*statement*) (Stewart & Zhao, 2000), deskripsi (*description*) (Applegate, 2000; Weill & Vitale, 2001), representasi (*representation*) (Morris, Schindehutte & Allen, 2005; Shafer, Smith & Linder, 2005), arsitektur (*architecture*) (Dubosson-Torbay, Osterwalder & Pigneur, 2002; Timmers, 1998), alat konseptual (*conceptual tool*) atau model (Osterwalde, 2004; Osterwalder, Pigneur & Tucci, 2005; Teece, 2010), *structural template* (Amit & Zott, 2001), metode (Afuah & Tucci, 2001), kerangka (*framework*) (Afuah, 2004), pola (*pattern*) (Brousseau & Penard, 2006), dan set (Seelos & Mair, 2007).

Model bisnis adalah suatu arsitektur arus produk, layanan dan informasi, termasuk

deskripsi dari pelaku usaha varius dan peran mereka, deskripsi potensi manfaat bagi pelaku usaha berbagai penjelasan tentang sumber pendapatan (Hedman & Kalling, 2003). Sebuah model bisnis adalah refleksi dari strategi perusahaan yang direalisasikan (Baden-Fuller & Morgan, 2010). Model bisnis menggambarkan isi, struktur, dan tata kelola transaksi didesain sedemikian rupa sehingga nilai kreatif pikir mengeksplorasi peluang bisnis (Zott & Amit, 2007, 2008, 2010; Santos et al, 2009; Bock et al, 2010). Model bisnis adalah logika heuristik yang menghubungkan potensi teknis dengan realisasi nilai ekonomi (Teece 2007, 2010).

Model bisnis adalah representasi singkat tentang bagaimana keterhubungan antara variabel keputusan di bidang strategi usaha, arsitektur, dan ekonomi yang ditujukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan yang didefinisikan oleh pasar. Model bisnis ini memiliki enam komponen fundamental: proposisi, nilai, pelanggan, model, ekonomi, dan faktor personal/investor (Calia et al, 2007). Sebuah model bisnis mengartikulasi logika, data dan bukti-bukti lain yang mendukung proposisi nilai bagi pelanggan, dan struktur yang layak dari pendapatan dan biaya untuk perusahaan memberikan nilai tersebut (Gambardella & McGahan, 2010).

Model bisnis yang terdiri dari empat unsur yang saling berhubungan, bila digabungkan, menciptakan dan memberikan nilai. Ini adalah: proposisi nilai pelanggan, formula keuntungan, sumber daya kunci, dan proses kunci (Johnson & Suskewicz, 2009). Model bisnis terutama digunakan dalam mencoba mengatasi atau menjelaskan tiga

fenomena (Zott et al, 2010): 1) *e-bisnis* dan penggunaan teknologi informasi dalam organisasi; 2) isu strategis, seperti penciptaan nilai, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan; 3) inovasi dan teknologi manajemen

Aliran penelitian sampai saat ini telah memilih perhatian besar model bisnis pada *e-business* (Zott et al, 2010).

E-Business

Dalam buku *Introduction to E-Business Management and Strategy* (Combe, 2006), Combe mendefinisikan *Electronic business* (*e-business*) sebagai penggunaan internet untuk jaringan dan memberdayakan proses bisnis, perdagangan elektronik, komunikasi organisasi dan kolaborasi dalam perusahaan dan dengan pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya. E-bisnis memanfaatkan internet, intranet, extranet dan jaringan lain untuk mendukung proses komersial mereka. Sedangkan *electronic commerce* (*e-commerce*) adalah pembelian dan penjualan, pemasaran dan pelayanan produk dan jasa melalui jaringan komputer.

Jenis *e-business* ada bermacam-macam kategori (Pan, 2003), seperti: *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), *Consumer to Business* (C2B), *Consumer to Consumer* (C2C), *People to People* (P2P), *Government to Citizen* (G2C), *Citizen to Government* (C2G), *Exchange to Exchange* (E2E) dan *Intra-business* (*Organization Unit to Organization Unit*).

Ada tiga kategori dari aplikasi *e-business* (Senn, 1996), yaitu: 1) pasar elektronik: pembelian dan penjualan barang dan jasa

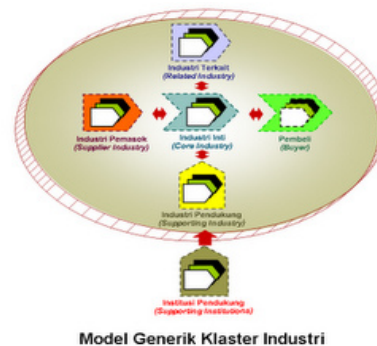
secara elektronik; 2) sistem di dalam organisasi: memfasilitasi aliran kegiatan di dalam organisasi baik barang, jasa, informasi, komunikasi, maupun kolaborasi; 3) pelayanan terhadap konsumen: menyediakan pelayanan terhadap konsumen, bantuan, menangani komplain, mencatat pesanan dsb

Klaster Industri

Michael Porter mendefinisikan klaster sebagai sekumpulan perusahaan dan lembaga-lembaga terkait di bidang tertentu yang berdekatan secara geografis dan saling terkait karena kebersamaan (*commonalities*) dan komplementaritas (Porter, 1990). Klaster industri (*industrial cluster*) merupakan kelompok usaha spesifik yang dihubungkan oleh jaringan mata rantai proses penciptaan/peningkatan nilai tambah, baik melalui hubungan bisnis maupun non bisnis. (Nugroho, 2011).

Para pelaku (*stakeholders*) dalam suatu klaster industri terdiri dari industri inti, industri pemasok, industri pendukung, industri terkait, pembeli, dan institusi pendukung (non industri) (Nugroho, 2011). Industri inti merupakan fokus perhatian atau tematik dan biasanya dijadikan titik masuk kajian, dapat merupakan sentra industri. Industri pemasok adalah industri yang memasok produk khusus untuk mendukung kemajuan klaster industri. Produk khusus yang dipasok oleh industri pemasok dapat berupa bahan baku, bahan tambahan, aksesoris, maupun tenaga kerja. Industri pendukung meliputi industri jasa dan barang, termasuk layanan pembiayaan. Contoh industri pendukung antara lain: jasa (angkutan, bisnis distribusi, konsultan bisnis),

infrastruktur (jalan raya, telekomunikasi, listrik), peralatan (mesin industri, alat bantu industri), pengemasan, dan penyedia jasa pengembangan bisnis. Industri terkait adalah industri yang menggunakan infrastruktur yang sama, dapat juga berarti industri yang menggunakan sumber daya dari sumber yang sama. Industri terkait terdiri dari kompetitor, komplementer, dan substitusi. Pembeli adalah pihak yang membeli produk atau jasa dari industri inti, dapat berupa pemakai langsung, distributor atau pengecer. Institusi pendukung adalah lembaga-lembaga di luar bisnis yang mendukung keberlangsungan dari adanya klaster industri. Lembaga pendukung ini dapat berupa lembaga pemerintah, asosiasi profesi yang bekerja untuk kepentingan anggota, dan lembaga pengembang swadaya masyarakat yang bekerja pada bidang khusus yang mendukung.



Gambar 1. Model generik klaster industri

Industri Kerajinan Gerabah

Industri kerajinan gerabah adalah industri yang berbahan baku tanah liat dengan proses produksi menjadi gerabah (Departemen Perindustrian, 2009). Gerabah adalah perkakas yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk kemudian dibakar agar dapat digunakan sebagai alat-alat yang berguna

untuk membantu kehidupan manusia (Wikipedia). Beberapa produk yang dihasilkan dari kerajinan gerabah di daerah Mayong antara lain: kendi (tempat air minum) dalam berbagai bentuk dan variasi, kendil (tempat menaruh ari-ari, dapat juga digunakan untuk tempat meracik jamu), celengan dalam berbagai variasi, pot, guci, remitan (miniatur perabot rumah tangga yang digunakan untuk mainan anak-anak) dsb.

Ada beberapa tahapan dalam proses pembuatan gerabah di daerah Mayong antara lain:

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini yang dilakukan adalah mempersiapkan peralatan untuk membuat gerabah. Salain itu, juga mempersiapkan bahan pembuatan gerabah, yaitu tanah liat. Tanah liat yang dipilih adalah tanah liat yang berwarna kemerahan, coklat, atau putih kecoklatan. Pengrajin gerabah Mayong membentuk tanah liat dengan bantuan alat bubut atau alat cetak. Alat bubut digunakan untuk membentuk gerabah dengan teknik putar. Alat bubut tersebut terbuat dari kayu yang dapat diperoleh dari pengrajin kayu. Sedangkan alat cetak digunakan untuk mencetak gerabah yang menggunakan teknik cetak. Alat cetak tersebut terbuat dari tanah liat yang dapat dibuat oleh pengrajin itu sendiri.

2. Tahap pengolahan bahan

Pada tahap pengolahan bahan (tanah liat) dapat dilakukan dengan cara manual mau pun dengan menggunakan mesin penggilingan tanah (molen).

3. Tahap pembentukan

Tahap pembentukan adalah tahap

pembuatan gerabah. Pada proses pembuatan gerabah, ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan. Pertama, ngepok yaitu kegiatan menepuk-nepuk tanah liat agar lebih halus dan dapat digunakan untuk membuat gerabah. Setelah itu, mbubut yaitu membentuk tanah dengan bantuan alat bubut. Jika yang digunakan adalah alat cetak maka kegiatan yang dilakukan adalah mencetak. Ada beberapa produk gerabah yang dibuat dari beberapa proses bubut kemudian disatukan menjadi satu bentuk. Setelah terbentuk, baru dilakukan proses pengeringan.

4. Tahap pengeringan

Setelah dibentuk, gerabah dikeringkan. Pengeringan dapat dilakukan dengan menjemur gerabah di tempat terbuka untuk memperoleh sinar matahari langsung, tetapi ada juga yang hanya menumpuk gerabah dan membiarkannya mengering sendiri.

5. Tahap pra pembakaran

Ada beberapa gerabah yang memerlukan penanganan lain sebelum dilakukan proses pembakaran, seperti: ngebang (membaluri gerabah dengan menggunakan tanah merah yang sudah dihaluskan), ngusik (menghaluskan dengan menggunakan pecahan piring), nggebek (membersihkan gerabah dari sisa-sisa penghalusan dengan menggunakan kain selambu), ngerok (mengikis bagian terluar dari gerabah agar lebih halus) dsb.

6. Tahap pembakaran

Gerabah yang telah kering dikumpulkan dalam tungku pembakaran (disebut gobong). Tumpukan tersebut diikat dengan kawat kemudian dilapisi dengan jerami dan dibakar selama beberapa jam.

7. Tahap penyempurnaan.

Setelah melalui proses pembakaran, gerabah yang membutuhkan penyempurnaan di-*finishing* sesuai kebutuhan, misalnya dengan memberikan warna pada gerabah dengan menggunakan cat yang telah dicampur dengan gondo rukem dan bensin.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan analisis deskriptif. Dari analisis deskriptif tersebut kemudian digambarkan model bisnis untuk klaster industri kerajinan gerabah yang ada di daerah Mayong. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu dengan mempelajari literatur-literatur yang berkenaan dengan *e-business*, *green business*, klaster industri, dan industri kerajinan gerabah di daerah Mayong kabupaten Jepara. Ada pun pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, yaitu: studi literatur, observasi, dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

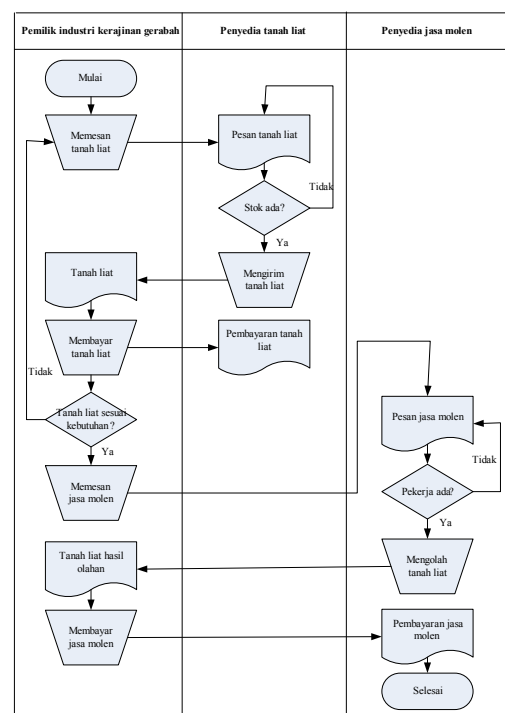
Gambaran Industri Kerajinan Gerabah Mayong

Secara umum, industri kerajinan gerabah yang ada di daerah Mayong kabupaten Jepara dapat dibagi menjadi 3 kegiatan yaitu: kegiatan pra produksi, kegiatan produksi, dan kegiatan pasca produksi.

1) Kegiatan pra produksi

Kegiatan pra produksi adalah kegiatan yang dilakukan sebelum melaksanakan tahap pembuatan gerabah. Kegiatan ini meliputi tahap persiapan dan tahap pengolahan tanah. Tahap persiapan dilakukan dengan

mempersiapkan peralatan pembuatan gerabah dan bahan baku berupa tanah liat. Peralatan pembuatan gerabah sifatnya tidak habis pakai, artinya peralatan tersebut akan selalu digunakan untuk proses produksi selama tidak terjadi kerusakan pada alat tersebut sehingga pengadaannya cukup satu kali. Sedangkan tanah liat sifatnya adalah habis pakai sehingga perlu dilakukan pengadaan terus-menerus. Setelah pengadaan tanah liat, tahap berikutnya adalah pengolahan tanah. Pengolahan tanah dilakukan agar tanah liat dapat dibentuk menjadi gerabah. Berikut ini adalah alur kegiatan pra produksi dari industri kerajinan gerabah di daerah Mayong.

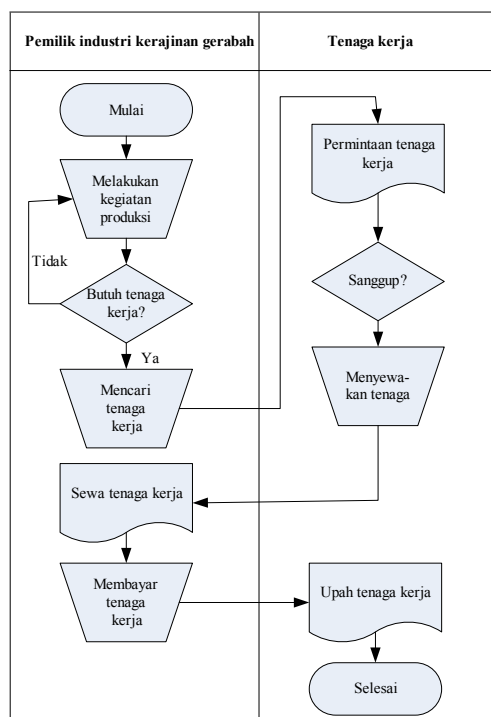


Gambar 2. Alur kegiatan pra produksi

2) Kegiatan produksi

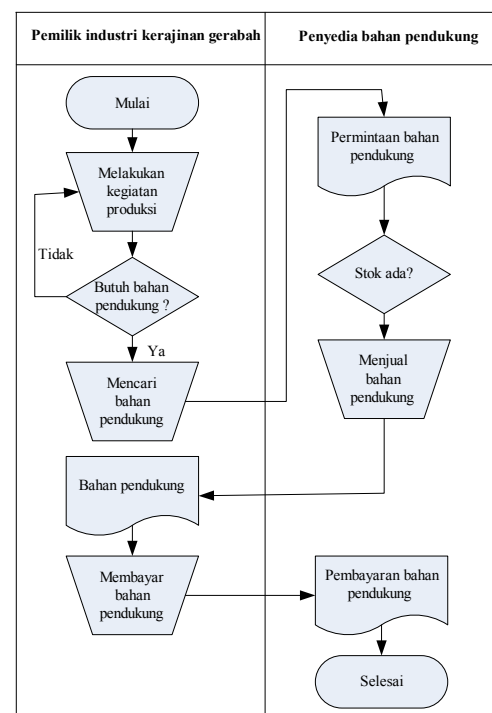
Kegiatan produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan produk berupa gerabah. Kegiatan ini dimulai dari tahap pembentukan hingga penyempurnaan sehingga gerabah siap dipasarkan. Industri

kerajinan gerabah merupakan industri rumahan. Dalam kegiatan produksi, pemilik industri kerajinan gerabah dibantu oleh anggota keluarga dari rumah tangga tersebut. Tetapi ada juga tenaga pocokan, yaitu orang yang bekerja menyewakan tenaganya. Ada beberapa pemilik industri yang membutuhkan tenaga kerja tersebut, baik dalam tahap pembentukan, pengeringan, pembakaran, mau pun penyempurnaan gerabah. Upah tenaga kerja ini biasanya dihitung per satuan produksi. Tenaga pocokan biasanya bekerja dari satu rumah industri ke rumah industri lainnya. Ada juga yang bekerja secara tetap di satu rumah industri, tergantung kesepakatan antara pemilik industri dengan tenaga pocokan tersebut. Berikut ini adalah alur kegiatan produksi yang berkaitan dengan kebutuhan tenaga kerja dalam industri kerajinan gerabah di daerah Mayong.



Gambar 3. Alur kebutuhan tenaga kerja

Selain tanah liat sebagai bahan baku dalam kegiatan produksi, terdapat beberapa bahan pendukung yang diperlukan oleh industri kerajinan gerabah. Misalnya dalam tahap pembakaran diperlukan bahan berupa kayu bakar dan jerami. Gerabah yang membutuhkan tahap penyempurnaan berupa pengecatan membutuhkan bahan berupa cat, gondo rukem, bensin, dan sebagainya. Berikut ini adalah alur kegiatan produksi yang berkaitan dengan kebutuhan bahan pendukung dalam industri kerajinan gerabah di daerah Mayong.

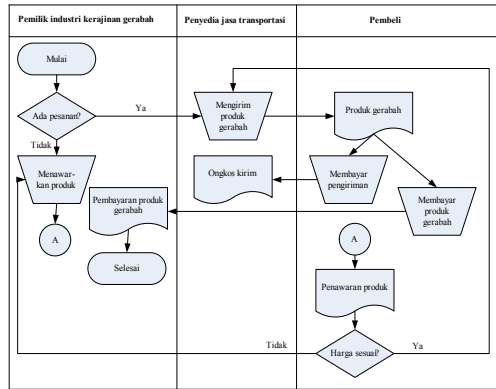


Gambar 4. Alur kebutuhan bahan pendukung

3) Kegiatan pasca produksi

Kegiatan pasca produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendistribusikan produk gerabah kepada konsumen. Beberapa industri kerajinan gerabah di daerah Mayong memasarkan sendiri produk yang dihasilkan dalam *event* seperti Dandangan, Sekatenan, Besaran, dsb.

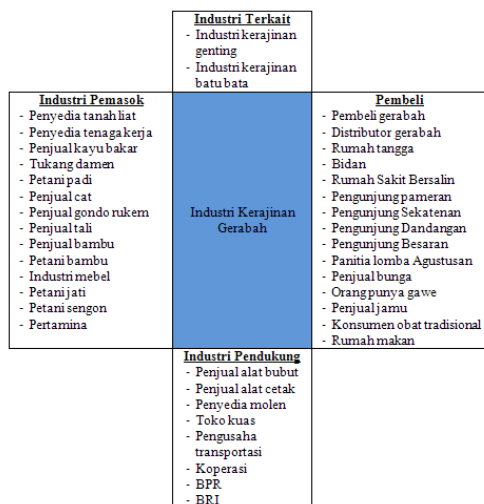
Ada juga yang menyetorkannya kepada pihak distributor atau konsumen langsung. Berikut ini adalah alur kegiatan penjualan dalam industri kerajinan gerabah di daerah Mayong.



Gambar 5. Alur penjualan produk

Klaster Industri Kerajinan Gerabah

Dari model generik klaster industri pada gambar 1 dapat digambarkan klaster industri kerajinan gerabah sebagai berikut:



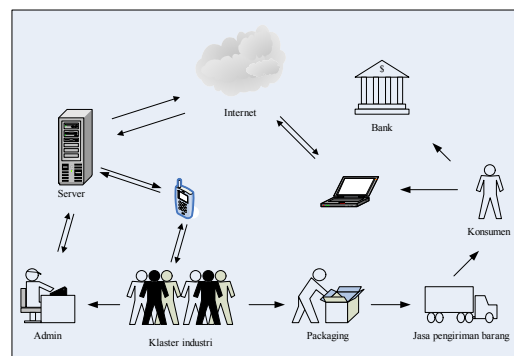
Gambar 6. Klaster industri kerajinan gerabah

Dalam klaster industri tersebut, industri kerajinan gerabah sebagai industri inti berhubungan dengan pelaku (*stakeholders*)

lain seperti industri pemasok, industri pendukung, pembeli, mau pun industri terkait. Industri pemasok terdiri dari: penyedia tanah liat, penyedia tenaga kerja, penjual kayu bakar, penjual damen/jerami, petani padi, penjual cat, penjual gondo rukem, penjual tali, penjual bambu, petani bambu, industri mebel, petani jati, petani sengan, dan Pertamina. Industri pendukung terdiri dari: penjual alat bubut, penjual alat cetak, penyedia molen, toko kuas, pengusaha transportasi, koperasi, BPR, dan BRI. Pembeli terdiri dari: pembeli langsung, distributor, rumah tangga, bidan, Rumah Sakit Bersalin, pengunjung pameran, pengunjung Sekatenan, pengunjung Dandangan, pengunjung Besaran, panitia lomba Agustusan, penjual bunga, orang punya gawe, penjual jamu, konsumen obat tradisional, rumah makan. Sedangkan industri terkait terdiri dari industri kerajinan genting dan industri kerajinan batu bata.

Model E-Business Klaster Industri Kerajinan Gerabah

Model *e-business* klaster industri kerajinan gerabah daerah Mayong kabupaten Jepara dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7. Model *e-business* klaster industri gerabah

Dalam model *e-business* ini, ada 2 proses bisnis yang ditangani, yaitu proses

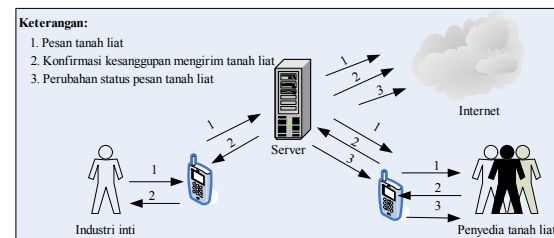
bisnis internal (berhubungan dengan pelaku bisnis dalam klaster industri) dan proses bisnis eksternal (penjualan produk kepada konsumen di luar klaster industri). Proses bisnis internal dilakukan dengan mendata pelaku klaster industri oleh admin melalui *website*. Setelah pendataan selesai, selanjutnya kegiatan di-*update* oleh masing-masing pelaku melalui SMS Gateway. Sedangkan proses bisnis eksternal dilakukan oleh konsumen dengan melakukan pembelian produk gerabah melalui internet. Pembelian ini akan diteruskan oleh sistem melalui SMS Gateway kepada industri inti yang memiliki jenis produk terpilih. Pembayaran dilakukan dengan mentransfer rekening bank. Setelah konsumen mengkonfirmasi pembayaran produk ditambah dengan biaya pengiriman, industri inti melakukan pemaketan produk. Paket ini dikirim oleh jasa pengiriman barang ke alamat konsumen.

Proses bisnis internal dalam klaster industri kerajinan gerabah dapat diilustrasikan sebagai berikut:

1). *Proses bisnis industri inti terhadap penyedia bahan baku*

Industri inti meng-*update* kebutuhan bahan baku tanah liat melalui SMS Gateway. Pesan ini akan dikelola oleh sistem dan diteruskan kepada semua penyedia tanah liat yang memiliki persediaan. Penyedia tanah liat tersebut masing-masing akan mendapat pesan melalui SMS Gateway. Penyedia yang paling awal mengkonfirmasi tentang kesanggupan mengirim tanah liat akan dicatat oleh sistem sebagai pemenuh kebutuhan tanah liat dari industri inti. Konfirmasi tersebut diteruskan kepada industri inti melalui SMS Gateway. Dari konfirmasi tersebut, sistem akan meng-

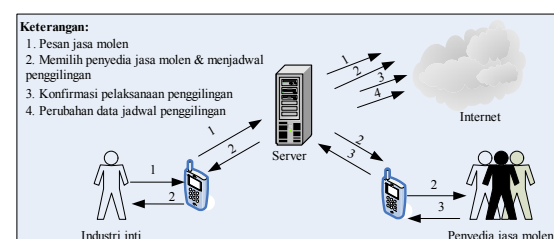
update status pesan tanah liat dari industri inti. Perubahan status ini juga dikirimkan kepada semua penyedia tanah liat.



Gambar 8. Transaksi e-business bahan baku

2). *Proses bisnis industri inti terhadap penyedia jasa molen*

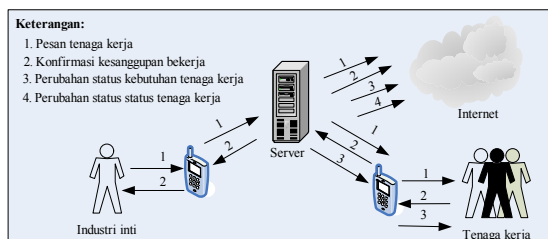
Industri inti meng-*update* kebutuhan jasa molen melalui SMS Gateway. Pesan ini dikelola oleh sistem dengan memilih penyedia jasa molen yang sesuai dengan pesanan kemudian membuat jadwal penggilingan berdasarkan antrian jasa molen. Dari pengolahan data tersebut, sistem meneruskan pesan tentang jasa molen dan jadwal penggilingan tanah kepada industri inti dan penyedia jasa molen terpilih. Setiap kali melakukan penggilingan, penyedia jasa molen mengirimkan konfirmasi pelaksanaan penggilingan ke sistem melalui SMS Gateway. Dari konfirmasi tersebut, sistem akan meng-*update* data penjadwalan penggilingan dari penyedia jasa molen tersebut.



Gambar 9. Transaksi e-business jasa molen

3). Proses bisnis industri inti terhadap tenaga kerja

Industri inti meng-*update* kebutuhan tenaga kerja melalui SMS Gateway. Pesan ini akan dikelola oleh sistem dan diteruskan kepada semua tenaga kerja yang membutuhkan pekerjaan. Tenaga kerja tersebut masing-masing akan mendapat pesan melalui SMS Gateway. Tenaga kerja yang paling awal mengkonfirmasi tentang kesanggupan bekerja akan dicatat oleh sistem sebagai pemenuh kebutuhan tenaga kerja dari industri inti. Konfirmasi tersebut diteruskan kepada industri inti melalui SMS Gateway. Dari konfirmasi tersebut, sistem akan meng-*update* status pesan tenaga kerja dari industri inti. Perubahan status ini juga dikirimkan kepada semua penyedia tanah liat. Selain itu, sistem juga akan meng-*update* status kebutuhan kerja dari tenaga kerja.

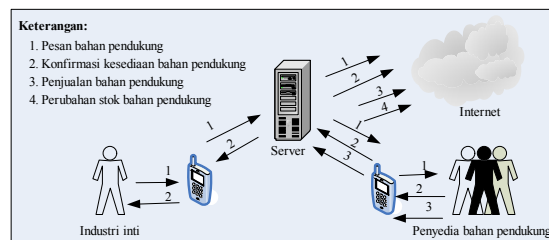


Gambar 10. Transaksi e-business tenaga kerja

4). Proses bisnis industri inti terhadap penyedia bahan pendukung

Industri inti meng-*update* kebutuhan bahan pendukung melalui SMS Gateway. Pesan ini dikelola oleh sistem dengan memilih penyedia bahan pendukung yang sesuai dengan pesanan. Penyedia bahan pendukung tersebut masing-masing akan mendapat pesan melalui SMS Gateway. Penyedia bahan pendukung yang paling awal mengkonfirmasi tentang kesediaan

bahan pendukung akan dicatat oleh sistem sebagai pemenuh kebutuhan bahan pendukung dari industri inti. Konfirmasi tersebut diteruskan kepada industri inti melalui SMS Gateway. Setelah terjadi transaksi penjualan, penyedia bahan pendukung mengirim jumlah transaksi penjualan. Dari konfirmasi ini, sistem akan meng-*update* stok bahan pendukung.



Gambar 11. Transaksi e-business bahan pendukung

PENUTUP / SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Klaster industri diperlukan untuk mendukung Usaha Kecil dan Menengah, termasuk industri kerajinan gerabah yang ada di daerah Mayong kabupaten Jepara.
2. Issu yang berkembang tentang *green business* bertujuan untuk menjaga keberlangsungan proses bisnis. Keberlangsungan tersebut dapat dilihat dari 3 aspek yaitu *people, planet, profit*. Penggunaan internet untuk mendukung proses bisnis adalah salah satu cara untuk menjaga keberlangsungan bisnis tersebut. Proses bisnis yang ada dalam industri kerajinan gerabah sangat riskan tanpa bantuan dari sistem. Sistem dengan berbasis internet yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis akan menjadi solusi untuk menjaga keberlangsungan industri tersebut.

Penelitian ini hanya menggambarkan model kluster industri kerajinan gerabah yang ada di daerah Mayong kabupaten Jepara serta proses bisnis yang dapat dilakukan dengan adanya *e-business*. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan pemodelan tersebut dapat dianalisis dan dirancang lebih lanjut sehingga dapat menghasilkan suatu sistem *e-business* yang dapat diimplementasikan untuk kluster industri kerajinan gerabah di daerah Mayong kabupaten Jepara.

Daftar Pustaka

- Afuah, A (2004). *Business Model: A Strategic Management Approach*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Afuah, A, CL Tucci. (2001). *Internet Business Models and Strategic: Text and Case*. New York: McGraw-Hill
- Amit, R, C. Zott. (2001). Value Creation in E-Business. *Strategic Management Journal*. 22. 493-520
- Applegate, LM. (2000). E-Business Models: Making Sense of the Internet Business Landscape. In G Dickson and G. DeSanctis (eds). *Information Systems E-Business Management*. 7. 143-169
- Baden-Fuller, C, MS Morgan, (2010). Business Models as Models. *Long Range Planning*. 43. 156-171
- Bappenas, (2003). *Pembangunan Daya Saing Industri Nasional, Background Study Pembangunan Jangka Panjang*. Jakarta: Bappenas.
- Bock, A, T Opsahl, G. George (2010). Business Model Innovations and Strategic Flexibility: A Study of the Effect of Informal and Formal Organization, *Working Paper SSRN 1533742*, Imperial College, London, United Kingdom
- Brousseau, E, T Penard. (2006). The Economics of Digital Business Models: A Framework for Analyzing the Economics of Platforms. *Review of Network Economics*. 6(2). 81-110
- Calia, RC, FM Guerrini, GL Moura. (2007). Innovation Networks: From Technological Development to Business Model Reconfiguration. *Technovation*. 27. 426-482
- Combe, Colin. (2006). *Introduction to E-Business Management and Strategy*. Netherland: Elsevier
- Daft, RL, AY Lewin. (1993). Where are the Theories for the New Organizational Forms? An Editorial Essay. *Organization Science*. 4(4). i-iv
- Departemen Perindustrian. (2009). *Buku VI Peta Panduan (Road Map) Pengembangan Kluster Industri Prioritas Industri Kecil dan Menengah Tertentu Tahun 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perindustrian.
- Departemen Perindustrian. (2009). PERATURAN MENTERI PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 135/M-IND/PER/10/2009 TENTANG PETA PANDUAN (ROAD MAP) PENGEMBANGAN KLASER INDUSTRI GERABAH DAN KERAMIK HIAS. Jakarta: Departemen Perindustrian.

- Dubosson-Tobay, M, A Osterwalder, Y Pigneur. (2002). E-Business Model Design, Classification, and Measurements. *Thunderbird International Business Review*. 44(1). 5-23
- Dunbar, RLM, WH Starbuck. (2006). Learning to Design Organizations and Learning from Designing Them. *Organization Science*, 17(2), 171-178
- Ellinger, A., Lynch, D., & Hansen, J. (2003). Firm Sized, We Site Content, and Financial Performance in the Transportation Industry, *Industrial Marketing Management*, 32, 177-185.
- Ernst dan Young (2008). *Comparative Advantage and Green Business*. London: BERR
- Gambardella, A, AM McGahan. (2010). Business Model Innovation: General Purpose Technologies and Their Implications for Industry Structure. *Long Range Planning*. 43, 262-271
- Gefen, D., (2003). TAM or Just Plain Habit: A Look at Experinced Online Shoppers”, *Journal of End User Computing*, 15(3), 1-13.
- Haag, S., Cummings, M., & Dawkins, J. (1998), *Management Information Systems for the Information Age*, USA: McGraw-Hill
- Hedman, J, T. Kalling (2003). The Business Model Concept: Theoretical Underpinnings and Empirical Illustrations, *European Journal of Information Systems*, 12, 49-59
- Ignatius, J. & Ramayah, T., (2005), “ An Empirical Investigation of the Cource Website Acceptance Model (CWAM), *International Journal of Business and Society*, 6(2), 69-82.
- Johnson, MW, J. Suskewicz. (2009). How to Jump Start the Clean Tech Economy. *Harvard Business Review*. 86. 50-59
- Kuncoro, Mudrajat. (2007). *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Moris, M, M. Schindehutte, J. Allen. (2005). The Entrepreneur’s Business Model: Toward a Unified Perspective. *Journal of Business Research*. 58, 26-35
- Mutamimah. (2011). *Bedah Substansi Green Business* <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2011/05/25/147668/Bedah-Substansi-Green-Business>
- Nugroho, Bhinukti Prapto. (2011). *Panduan Pengembangan Klaster Industri*. Jakarta: Pusat Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi.
- Osterwalder, A. (2004). The Business Model Ontology- A Proposition in a Design Science Approach. *Dissertation* 173, Switzerland: University of Lausanne.
- Osterwalder, A, Y. Pigneur, CL Tucci. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Science (CAIS)*. 16. 1-25

- Pan, Dien D. (2003). E-business Development for Competitive Advantages: A Case Study. *Information & Management*, 40, 581-590, <http://www.elsevier.com/locatedsw>
- Porter, Michael E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Putri, Rinella. (2010). *Strategi Green Innovation, Mendukung Sustainability*. http://vibizmanagement.com/column/index/category/strategic_management/2004/10
- Rao, Siriginidi Subba. (2002). Making Enterprises Internet Ready: E-Business for Process Industries. *Emerald Work Study*, 51 (5), 248-253, <http://www.emeraldinsight.com/0043-8022.html>
- Santos, J, B. Spector, L. Van De Heyden (2009). Toward a Theory of Business Model Innovation within Incumbent Firms, *Working Paper* no 2009/16/EFE/ST/TOM, INSEAD, Fountainebleau, France
- Seelos, C, J. Mair. (2007). Discovering New Business Models for Knowledge Intensive Organization. *Strategy and Leadership*. 35, 22-29
- Sellito, C., Wenn, A., & Burgess, S. (2003). A Review of the Web Sites of Small Australian Wineries: Motivations, Goals and Success, *Information Technology and Management*, 4(4), 215-232.
- Senn, J.A. (1996). Capitalization on Electronic Commerce, *Information Systems Management*, Summer.
- Shafer, SM, HJ Smith, J. Linder. (2005). The Power of Business Models. *Business Horizons*. 48, 199-207
- Steward, DW, Q. Zhao. (2000). Internet Marketing, Business Models and Public Policy. *Journal of Public Policy and Marketing*. 19, 287-296
- Sulistiyowati. (2002). *Green Business*. <http://www.menlh.go.id/greening-business/>
- Tamimi, N., Sebastianelli, R. & Rajan, M. (2005). What do online customers value?, *Quality Progress*, 38(7), 35-39.
- Teece, DJ (2007). Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance, *Strategic Management Journal*, 28, 1319-1350
- Teece, DJ (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation, *Long Rang Planning*, 43, 172-194
- Teo, T., & Pian (2004), A Model for Web Adoption, *Information & Management*, 41, 457-468.
- Timmer, P. (1998). Business Model for Electronic Markets. *Electronic Markets*. 8 (2). 3-8
- Timmers, P. (1999). *Electronic Commerce: Strategies and Models for Business-to-Business Trading*. Chichester, England: John Wiley and Sons Ltd
- Weil, P, MR Vitale. (2001). *Place to Space: Migrating to E-Business Models*. Boston: Harvard Business School Press

- Young, D. & Benamati, J. (2000), Differences in Public Web Sites: The Current State of Large U.S Firms, *Journal of E-Commerce Research*, 1(3), 94-105, www.csulb.edu/web/journals/jecr/p_i.html
- Zwass, V ., (1998), *Foundation of Information Systems*, International Edition, USA: McGraw-Hill
- Zott, C, R. Amit. (2007). Business Model Design and the Performance of Entrepreneurial Firms, *Organization Science*, 18, 181-199
- Zott, C, R. Amit. (2008). The Fit Between Product Market Strategy and Business Model: Implications for Firm Performance, *Strategic Management Journal*, 29, 1-26
- Zott, C, R. Amit. (2010). Designing Your Future Business Model: An Activity System Perspective, *Long Range Planning*, 43, 216-226
- Zott, C., R. Amit, L. Massa. (2010). The Business Model: Theoretical Roots, Recent Developments, and Future Research. *Working Paper*, IESE Business School – University of Navarra, <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0862-E.pdf>
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Tembikar>

Pengaruh *Quality of Work Life* terhadap Kepuasan kerja, Komitmen Organisasi, *Turnover Intention* dan Stres Kerja: Studi pada BMT Di Kabupaten Kudus

Wahibur Rokhman

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus

wahibur@gmail.com

Abstract

This study investigates the effect of quality of work life on job satisfaction, organisational commitment, turnover intention and stress. This study uses a sample of 150 employees of Baitul Mal wa Tamwil (BMT) in Kudus Regency, Central Java, Indonesia. The results of Structural Equation Modeling (SEM) indicate that quality work life has positively significant impact on job satisfaction and organisational commitment. The findings also noted that, quality of work life negatively affect on both turnover intention and stress. Overall the model supported that quality of work life has significant on job satisfaction, organisational commitment, turnover intention and stress. Implication, limitation and suggestion for future research are discussed.

Keywords: *Quality of work life, job satisfaction, organizational commitmen, turnover intention, dan stress kerja.*

LATAR BELAKANG

Lingkungan bisnis yang sangat dinamis sekarang ini, menuntut organisasi untuk selalu kreatif dalam mencari berbagai cara untuk menghadapi persaingan. Optimalisasi fungsi sumberdaya manusia merupakan strategi untuk mencapai keunggulan, namun demikian untuk mempertahankan karyawan perlu penciptaan lingkungan kerja yang berkualitas yang biasa disebut *quality of work life* (kualitas kehidupan kerja).

Quality of work life merupakan gambaran kualitas hubungan personal dengan kondisi kerja secara keseluruhan (Sheel, Sindhwani, Goel, dan Pathak, 2012). Penciptaan lingkungan kerja yang berkualitas merupakan tugas seluruh komponen yang ada di organisasi. *Quality of work life*

merupakan konsep yang multidimensional yang meliputi berbagai aspek yang ada dalam kerja yang berdampak pada kinerja organisasi secara keseluruhan.

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga ekonomi rakyat yang dikembangkan untuk memberdayakan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan pengusaha kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan (Mu'alim dan Abidin, 2005). Berdasarkan data yang ada di BMT Center jumlah BMT yang ada di Indonesia mencapai 4000 buah, dengan jumlah deposan sebanyak 2 juta orang dengan omset 2,5 triliun dan mampu memberikan pinjaman kepada 1,5 juta pengusaha kecil serta memperkerjakan 21.000 orang (Pinbuk, 2010).

Hal itu memberikan gambaran tentang potensi yang dimiliki BMT sangat besar dalam pengentasan kemiskinan dan pembukaan peluang kerja yang sangat luas, BMT juga terbukti mampu menggantikan fungsi rentenir yang sangat menjerat. Berdasarkan laporan yang ada di PINBUK, daerah maupun desa-desa yang berada di daerah operasional BMT, berbagai praktek rentenir hilang dan lenyap bagai ditelan bumi (Mu'alim dan Abidin, 2005). Manfaat itulah yang dirasakan masyarakat akan kehadiran lembaga itu, disamping itu relatif resisten terhadap krisis moneter yang terjadi karena dana yang ada langsung disalurkan ke sektor riil, sehingga aman dari pengaruh gejolak moneter. Hal ini yang mendorong perkembangan dan pertumbuhan BMT di seluruh daerah di tanah air, serta tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap kehadiran lembaga dengan sistem bagi hasil ini.

Meskipun demikian, berbagai realita dilapangan menunjukkan ada beberapa BMT yang gulung tikar dan menghentikan operasionalnya karena menghadapi berbagai kendala terutama berkaitan dengan profesionalisme sumber daya manusia (SDM). Sumberdaya manusia memegang peran kunci dalam pengelolaan organisasi termasuk BMT. BMT sebagai organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*) dan juga memiliki fungsi sosial kemasyarakatan (*baitul mal*) dengan menyalurkan zakat, infak, dan shodaqoh dalam bentuk pinjaman kebajikan (*qordul hasan*), oleh karena itu maka BMT harus dikelola secara profesional agar fungsi intermediasi (*wa tamwil*) dapat dilakukan dengan baik. Fungsi itu dilakukan dengan cara menyalurkan dana yang diamanahkan

kepadanya kepada pengusaha atau usahawan kecil yang layak dan amanah dalam memanfaatkan pinjaman yang diberikan kepadanya.

Perkembangan BMT yang cukup pesat ini juga memicu persaingan yang cukup ketat tidak hanya diantara BMT tetapi juga bersaing dengan bank-bank Islam dan konvensional dalam fungsi intermediasi. Melihat potensi yang besar itu bank-bank besar mulai melirik kredit mikro ini, hal ini ditandai dengan berdirinya unit-unit usaha yang khusus melayani pengusaha kecil seperti unit di bank Danamon, BRI, BCA dll. Sebagai contoh bank Danamon, Bank ini membuka unit yang disebut Danamon Simpan Pinjam, dimana kantor unitnya dibuka di daerah-daerah dimana BMT beroperasi dan dengan merekrut karyawan yang berpengalaman selama ini bekerja di BMT dengan memberikan iming-iming gaji yang lebih tinggi. Disamping itu unit itu memberi fasilitas dan akses kredit yang lebih mudah dengan didukung permodalan yang besar, hal ini menjadi potensi mengancam kelangsungan BMT yang ada di sekitarnya. Apalagi diperparah dengan pemberian tingkat bunga yang lebih rendah dari bagi-hasil yang diberikan oleh BMT.

Tantangan ini yang menjadi pemicu BMT untuk lebih profesional dalam mengelola sumberdaya secara professional, diantaranya harus memperhatikan kualitas kehidupan kerja (*quality of work life*) karyawannya agar dapat meningkatkan profesionalitas kerja yang pada akhirnya berdampak pada produktifitas. Sebagai lembaga keuangan yang berbasis Islam, lembaga BMT dituntut untuk dapat mengelola sumberdaya manusia yang

dimiliki secara profesional sehingga mampu berkompetisi dengan lembaga keuangan mikro yang konvensional maupun dengan lembaga keuangan lainnya.

Oleh karena pentingnya peran *quality of work life* terhadap berbagai hasil kerja dan beberapa aspek dalam kerja seperti kepuasan kerja, komitmen organisasi dan stress kerja dan lainnya. Sementara banyak penelitian yang dilakukan terkait dengan *quality of work life* di BMT, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *quality of work life* karyawan BMT yang ada di Kabupaten Kudus serta ingin mengetahui dampaknya pada kepuasan kerja, komitmen organisasi, *turnover intention* serta stres kerja.

LITERATURE REVIEW

Quality of work life merupakan masalah penting organisasi untuk mencapai suatu keunggulan kompetitif, hal ini disebabkan oleh pandangan bahwa kualitas kehidupan kerja dianggap mampu meningkatkan peran serta dan kontribusi anggota organisasi. Sheel, Sindhwani, Goel, dan Pathak (2012) mendefinisikan *quality of work life* sebagai suatu proses dimana organisasi merespon terhadap kebutuhan karyawan dengan mengembangkan mekanisme dengan melibatkan mereka dalam mendesain kehidupan kerja atau dengan definisi lain, merupakan kondisi kerja yang menyenangkan yang mendukung dan meningkatkan kepuasan karyawan dengan menyediakan reward, keamanan kerja, serta kesempatan untuk berkembang.

Lebih lanjut, Riady (1997) mengelompokkan berbagai variabel dalam *quality of work life* dapat dijelaskan sebagai berikut:

pertama, kompensasi yang adalah yang memperhatikan keadilan dan kompetitif, memenuhi kebutuhan hidup, dikelola secara profesional, dan mendorong karyawan untuk lebih produktif. Kedua, mendorong karyawan untuk maju yaitu dengan memberikan pelatihan yang cukup, menawarkan kesempatan dan peluang untuk promosi secara obyektif, jalur karir yang jelas, menyediakan fasilitas yang mendorong karyawan untuk maju. Ketiga, lingkungan kerja yang kondusif: kondisi kerja yang aman, nyaman, sehat, relasi kerja yang baik dengan pelanggan dan fasilitas kerja yang mendukung. Keempat, nilai-nilai organisasi: visi misi organisasi yang jelas, penghargaan terhadap peran karyawan, sesuai dengan diri karyawan dan lingkungannya, penghargaan terhadap karyawan lain. Kelima, karakteristik pekerjaan: bervariasi, menghasilkan output kerja yang jelas, tugas penting dan membanggakan. Keenam, kepemimpinan yang baik, menunjukkan komitmen terhadap misi organisasi, dan memberdayakan karyawan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh *quality of work life* terhadap kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kinerja (Wyatt dan Wah, 2001; Kheradmand, Vililou dan Lotfi, 2010; Bharati, Umaselvi, dan Kumar, 2010; dan Bolhari, Rezaeean, Bolhari, Bairamzadeh, dan Soltan, 2011)

Kepuasan kerja memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap produktivitas organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan kerja merupakan suatu kondisi emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dalam persepsi seseorang terhadap kondisi kerja. Kepuasan kerja akan ditunjukkan

melalui sikap umum dari individu terhadap pimpinan dan pekerjaan dalam suatu organisasi (Gibson et al., 1997; Greenberg dan Baron, 1995). Menurut Greenberg dan Baron (1995) ada dua faktor yang mempengaruhi dalam kepuasan kerja yaitu: bersifat organisasional dan personal. Kepuasan yang dipengaruhi organisasi antara lain: sistem reward, penerimaan terhadap supervisor, sentralisasi kekuasaan, penghargaan sosial dan kerja, kondisi kerja yang menyenangkan. Sedangkan kepuasan kerja yang dipengaruhi individu antara lain: *variable personality*, status dan senioritas, kesesuaian kerja dengan hal yang diinginkan, kepuasan hidup.

Sedangkan komitmen organisasi merupakan konsep yang banyak diperdebatkan oleh para ahli, kebanyakan studi tentang komitmen didasarkan atas asumsi sikap dan tingkah laku. Menurut William dan Hazer (1991), konsep komitmen organisasi memiliki dua perpektif. Pertama komitmen dianggap sebagai indikator misalnya perilaku yang melebihi peran yang diharapkan sebagai bentuk pendekatan sebuah perpektif sikap yang relatif kuat akan dilibatkan dan identifikasi seseorang terhadap organisasi. Pandangan kedua komitmen organisasi merupakan ciri faktor yang berkaitan dengan rasa percaya seseorang kepada nilai-nilai dan tujuan organisasi, keinginan untuk bekerja keras pada organisasi serta keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi.

Lebih lanjut, stress kerja merupakan kondisi yang banyak terjadi sekarang ini. Dengan berbagai beban kerja serta target yang harus dicapai membuat seseorang tertekan untuk memenuhi target tersebut.

Stres dapat dialami seseorang dalam berbagai situasi dan kondisi yang berbeda dan kemampuan mental seseorang dalam menghadapi berbagai tantangan. menekan seseorang karena berbagai tuntutan-tuntutan yang menantang dan membebani seseorang.

Secara umum, stres merupakan suatu keadaan yang melibatkan interaksi antara individu dengan situasi yang dialami (Michie, 2002). Menurut Greenberg dan Baron (2008) stress merupakan suatu keadaan emosi maupun fisik individu yang timbul sebagai reaksi terhadap adanya tuntutan dari lingkungan yang dipersepsikan dapat membahayakan atau mengancam kesejahteraan. Stres memiliki dampak yang positif maupun negative. Dampak positif dari stress adalah meningkatkan motivasi seseorang untuk menyelesaikan berbagai pekerjaan yang ditugaskan. Sedangkan dampak negatif dari stress adalah timbulnya berbagai penyakit seperti hipertensi, depresi, anxiety dan lainnya. Mosadeghrad, Ferlie, & Rosenberg (2011) menemukan keterkaitan antara kualitas kehidupan kerja dengan stres kerja.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan ada pengaruh positif kualitas kehidupan kerja dengan berbagai dimensi hasil kerja. Wyatt dan Wah (2001) melakukan penelitian *quality of work life* di Singapura. Penelitian ini menemukan empat dimensi dalam kualitas kehidupan kerja yaitu suasana kerja, pengembangan karir, dukungan dari pihak manajemen, penghargaan terhadap karyawan. Kheradmand, Vililou dan Lotfi (2010) menguji pengaruh *quality of work life* dengan kinerja di Iran. Hasilnya menunjukkan ada pengaruh signifikan

antara *quality of work life* dengan kinerja. Penelitian terkini dilakukan oleh Bolhari, Rezaeean, Bolhari, Bairamzadeh, dan Soltan (2011). Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh *quality of work life* terhadap umur, pengalaman kerja serta tingkat gaji yang disetujui. Sedangkan Bharati, Umaselvi, dan Kumar (2010) menguji pengaruh *quality of work life* terhadap persepsi guru di India. Hasilnya menunjukkan ada pengaruh *quality of work life* terhadap kepuasan guru dan komitmen terhadap sekolah.

METODE PENELITIAN

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di 18 Baitul Mal wat Tamwil (BMT) di kabupaten Kudus. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposif sampling. Teknik ini merupakan teknik sampling yang digunakan dengan cara menentukan kriteria tertentu yang digunakan untuk menentukan kelayakan anggota populasi menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan kriteria: karyawan yang menjadi sampel dalam penelitian ini minimal telah bekerja selama 1 tahun di BMT, supaya dapat merasakan tentang keadilan dan etika kerja Islam yang dipraktekkan dalam organisasi.

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja sebagai karyawan tetap pada BMT di Kabupaten Kudus. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 200 buah, namun yang kembali sebanyak 159 buah dengan response rate sebesar 77%. Namun dari kuesioner yang dikembalikan sebanyak 9 buah yang tidak dapat dipakai dalam analisis lanjutan karena banyaknya

item yang tidak terisi dan ada empat responden yang bekerja kurang dari satu tahun, sehingga tidak memenuhi syarat sebagai sampel dalam penelitian ini. Sehingga total jawaban responden yang bisa dipakai sebanyak 150 buah. Berikut ini gambaran secara umum tentang responden terkait dengan jenis kelamin, pendidikan, usia maupun pengalaman kerja:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Frequency	Percentage
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	77	51%
Perempuan	73	49 %
Total	150	100 %
Umur		
≥ 25	55	33 %
26 - 30	50	42 %
31 - 34	30	13,5 %
35 ≤	15	11,5 %
Total	150	100 %
Tingkat Pendidikan		
SLTA	47	30%
Diploma	22	28%
Sarjana	80	40%
Pasca Sarjana	1	2%
Total	150	100%
Pengalaman Bekerja (Tahun)		
1 - 2	67	36%
3 - 4	26	28%
5 - 6	35	21%
7 - 9	18	13%
10 - keatas	4	2%
Total	150	100%

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *Kualitas kehidupan kerja* diukur menggunakan 19 item pertanyaan modifikasi dari instrumen yang telah dikembangkan oleh Walton (1982) dan Ganguly (2010). Instrumen menggunakan 5 skala likert dengan reliabilitas konsistensi Crombach Alpha sebesar 0.85. *Kepuasan Kerja* diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang

dikembangkan oleh Dubinsky dan Harley (1986). Instrumen menggunakan 5 skala likert dengan reliabilitas konsistensi Crombach Alpha sebesar 0.89.

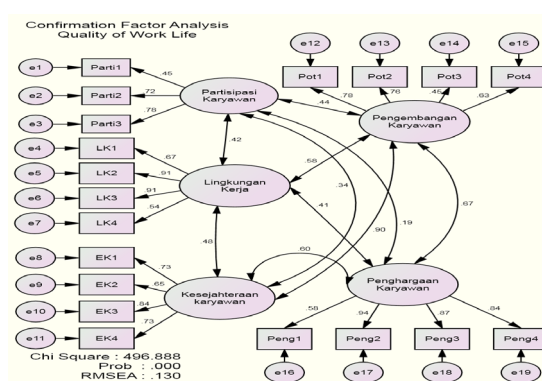
Organizational Commitment. Komitmen diukur menggunakan tiga item pertanyaan dari organizational commitment questioners (OCQ) yang dikembangkan oleh Bozeman dan Perrew (2001). Item ini juga dikembangkan oleh Luna-Arocas dan Camp, (2008). Pertanyaan ini menggunakan lima skala pengukuran mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

Turnover Intention. Variabel ini diukur menggunakan tiga item pertanyaan yang dikembangkan oleh Hom and Griffeth, (1991) dan Luna-Arocas, and Camp, (2008). Pertanyaan ini menggunakan lima skala pengukuran mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

Stres Kerja. Variabel ini diukur menggunakan lima item pertanyaan yang dikembangkan oleh Hom and Griffeth, (1991) dan Luna-Arocas, and Camp, (2008). Pertanyaan ini menggunakan lima skala pengukuran mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

HASIL PENELITIAN

Analisis faktor konfirmatori bertujuan untuk menguji unidimensionalitas dari dimensi-dimensi pembentuk masing-masing variabel laten. Hasil analisis faktor konfirmatori dari masing-masing model selanjutnya akan dibahas pada gambar 1.



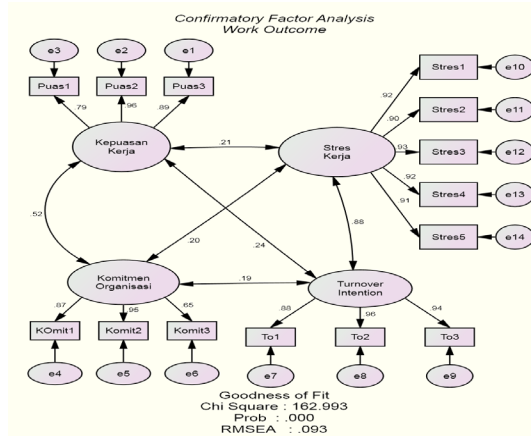
**Gambar 1: Analisis Konfirmatori
Quality of Work Life**

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Pengujian kesesuaian model diringkas dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil CFA Quality of Work Life

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi - Square		226.7	Baik
Probability	≥ 0.05	0.00	Kurang Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.07	Baik
GFI	≥ 0.90	0.93	Baik
CMIN / DF	≤ 2.00	1.85	Baik
TLI	≥ 0.90	0.91	Baik
CFI	≥ 0.90	0.90	Baik

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria goodness of fit yang telah ditetapkan.



Gambar 2: Analisis Konfirmatori Hasil Kerja

Tabel 3. Hasil CFA Hasil Kerja

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi - Square		162.9	Baik
Probability	≥ 0.05	0.000	Kurang Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.07	Baik
GFI	≥ 0.90	0.96	Baik
CMIN / DF	≤ 2.50	2.29	Baik
TLI	≥ 0.90	0.95	Baik
CFI	≥ 0.90	0.93	Baik

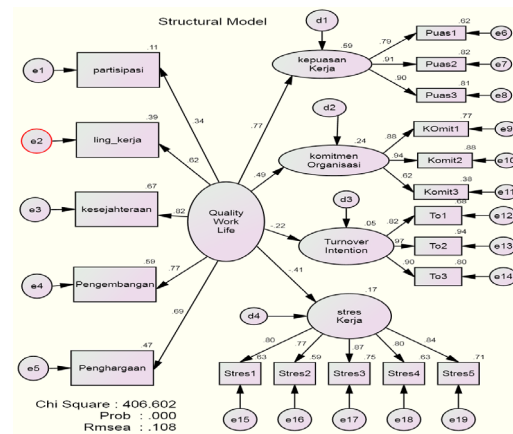
Sumber : Data primer yang diolah

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan.

Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Analisis selanjutnya adalah analisis Structural Equation Model (SEM) secara full model, setelah dilakukan analisis terhadap tingkat unidimensionalitas dari

indikator-indikator pembentuk variabel laten yang diuji dengan confirmatory factor analysis. Analisis hasil pengolahan data pada tahap full model SEM dilakukan dengan melakukan uji kesesuaian dan uji statistik. Hasil pengolahan data untuk analisis full model SEM ditampilkan pada Gambar berikut ini:



Gambar 3: Analisis Struktural Model Penelitian

Tabel 4. Hasil Analisis Structural Model Penelitian

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi - Square		272.9	Baik
Probability	≥ 0.05	0.000	Kurang Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.079	Baik
GFI	≥ 0.90	0.848	Kurang baik
CMIN / DF	≤ 2.00	1.922	baik
TLI	≥ 0.90	0.919	Baik
CFI	≥ 0.90	0.933	Baik

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada analisis struktural model telah memenuhi

kreteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan dapat diterima. Indeks pengukuran TLI, CFI, CMIN/DF dan RMSEA berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun GFI dan Probabilitas diterima secara marginal. Dengan demikian uji kelayakan model SEM sudah memenuhi syarat penerimaan.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Hasil analisis struktural equation modelling sebagai langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

4.858 dengan probabilitas 0.000, dengan demikian hipotesis dua diterima.

Parameter estimasi hubungan *quality work life* dengan turnover intention tersebut diperoleh sebesar -.488. Pengujian menunjukkan hasil yang signifikan dengan C.R sebesar -2.289 dengan probabilitas 0.000, dengan demikian hipotesis ini diterima. Hipotesis ini menguji hubungan *quality work life* dan stres kerja. Parameter estimasi hubungan *quality work life* dengan stres kerja tersebut diperoleh sebesar -1.012. Pengujian menunjukkan hasil yang signifikan dengan C.R sebesar

Tabel 5. Hasil Regression Weight

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Kepuasan_Kerja	<---	Quality_Work_Life	1.577	.325	4.858	***
Komitmen_Organisasi	<---	Quality_Work_Life	1.000			
Turnover_Intention	<---	Quality_Work_Life	-.488	.213	-2.289	.022
Stres_Kerja	<---	Quality_Work_Life	-1.052	.297	-3.540	***
Kesejahteraan	<---	Quality_Work_Life	1.867	.388	4.808	***
Penghargaan	<---	Quality_Work_Life	1.439	.307	4.689	***
Pengembangan	<---	Quality_Work_Life	1.477	.308	4.794	***
Ling_kerja	<---	Quality_Work_Life	1.126	.242	4.647	***
Partisipasi	<---	Quality_Work_Life	.876	.270	3.240	.001

Parameter estimasi hubungan *quality work life* dengan kepuasan kerja tersebut diperoleh sebesar 1.577. Pengujian menunjukkan hasil yang signifikan dengan C.R sebesar -2. dengan probabilitas 0.000, dengan demikian hipotesis satu diterima. Hipotesis ini menguji pengaruh *quality work life* terhadap komitmen organisasi. Hasil output AMOS menunjukkan parameter estimasi hubungan *quality work life* dengan komitmen organisasi tersebut diperoleh sebesar 1.000. Pengujian menunjukkan hasil yang signifikan dengan C.R sebesar

-3.540 dengan probabilitas 0.000, dengan demikian hipotesis ini diterima.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas kehidupan kerja terhadap kepuasan kerja, komitmen organisasi, *turnover intention* dan stres kerja pada BMT di Kabupaten Kudus. Dari hasil penelitian ini maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif

- signifikan antara *quality of work life* dengan kepuasan kerja. Dengan demikian semakin tinggi kualitas kehidupan kerja seorang karyawan semakin tinggi kepuasan kerja karyawan..
2. Penelitian ini juga membuktikan adanya pengaruh *Quality of work life* terhadap komitmen organisasi karyawan BMT di Kabupaten Kudus. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas kehidupan kerja karyawan akan semakin tinggi komitmen karyawan terhadap organisasi.
 3. Pengujian hipotesis tiga membuktikan bahwa *Quality of work life* memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* atau keinginan karyawan untuk pindah dari organisasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi kualitas kehidupan karyawan dalam suatu organisasi akan menurunkan keinginan seorang karyawan untuk mencari alternatif pekerjaan di organisasi lain.
 4. Hasil pengujian pengaruh *Quality of work life* terhadap stres kerja membuktikan bahwa ada pengaruh negatif signifikan. Hasil ini membuktikan bahwa kualitas kehidupan kerja yang tinggi berbanding terbalik dengan tingkat stres kerja karyawan di perusahaan. Semakin berkualitas kehidupan kerja karyawan semakin kecil tingkat stres yang dialami.

IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini memiliki dua implikasi yaitu implikasi teoritis maupun implikasi praktis. Berikut ini dijelaskan implikasi dari penelitian ini: Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah:

quality of work life memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan kerja. Dengan demikian semakin tinggi kualitas kehidupan kerja karyawan akan semakin meningkatkan kepuasan kerja di suatu organisasi. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Baba dan Jamal (1991) dan Koonmee dkk (2010) yang menemukan adanya pengaruh *quality of work life* terhadap kepuasan kerja. Hasil penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh positif *quality of work life* terhadap komitmen organisasi. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin karyawan merasa berkualitas kehidupan kerja seorang karyawan, maka karyawan akan lebih memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen Huang (2005) dan Donaldson dkk (1999) yang menemukan adanya pengaruh *quality of work life* terhadap komitmen organisasi. *Quality of work life* juga ditemukan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*. Hasil ini dapat dipahami, jika karyawan diperlakukan secara tidak nyaman dalam bekerja, maka mereka akan keluar atau berusaha mencari tempat kerja lain.

Sedangkan hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi manajer dan para praktisi di BMT antara lain: Para manajer perlu memperhatikan kualitas kehidupan kerja karena akan berdampak positif terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Manajer BMT juga perlu meningkatkan kualitas kehidupan kerja di organisasinya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas kehidupan kerja memiliki efek negatif signifikan terhadap *turnover intention* dan stres kerja.

Dari hasil-hasil yang diperoleh pada penelitian ini, ada beberapa kelemahan yang perlu dibenahi untuk penelitian yang akan datang supaya mendapatkan hasil yang lebih baik. Adapun keterbatasan dan saran adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner hanya didistribusikan di BMT di Kabupaten Kudus saja, sehingga cakupan penelitian ini cukup sempit. Hal ini menyebabkan tingkat generalisasi hasil penelitian ini kurang. Penelitian lanjutan hendaknya mengambil sampel di tingkat yang lebih luas seperti di wilayah Jawa Tengah atau Jawa sehingga hasilnya bisa di generalisasi.
2. Variabel yang dilibatkan dalam penelitian sedikit. Penelitian lanjutan hendaknya memasukkan variabel kinerja, sehingga cakupan variabel lebih luas.
3. Penelitian ini hanya menggunakan data kroseksional yaitu diambil pada satu saat saja, penelitian lanjutan lebih baik dilakukan secara *longitudinal* yaitu pengamatan jangka panjang sehingga akan menghasilkan pengamatan yang lebih komprehensif.

Referensi:

Abbasi, S. M. and Hollman, K. W. (2000). Turnover: the real bottom line. *Public Personnel Management*, 29, 333-342.

Baba, V.V dan Jamal, M (1991). Routinisation of job context and job content as related to employee quality of working life: a study of psychiatric nurses. *Journal of organizational behavior*, 12, 379-386.

Bharati, PS, Umaselvi, M. dan Kumar (2010). Quality of work life: Perception of college teachers. *MPRA paper*, No.27868.

<http://mpa.ub.uni-muenchen.de/27868/>

Bolhari, A., Rezaeean, A., Bolhari, J., Bairamzadeh, S. dan Soltan AA. 2011. The relationship between quality of work life and demographic characteristics of informational technology staffs. *Proceeding of international conference on CSIT*. Vol. 5. 374-378.

Bollen, K.A (1989). *Structural equations with latent variables*, Wiley, New York.

Bozeman, D. P. and Perrewew, P. L. (2001). The effects of item content overlap on organizational Commitment Questionnaire and turnover cognitions relationships. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 161-73.

ChenHuang, chia(2005), the effect of quality of work life on organizational commitment. *Human Resources Management*.

Donaldson, Stewart (1999). Health behavior, Quality of work Life, and Organizational Effectiveness in the Lumber Industry. *Health Education and Behavior*, Vol 26(4). 579-591.

Ferdinand A, 2004, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Holloh, D. (2001). *ProFI Microfinance Institutions Study*. ProFI Publication.

Hom, P. W. and Griffeth, R. W. (1991). Structural equations modeling test of

- a turnover theory: cross-sectional and longitudinal analyses. *Journal of Applied Psychology*, 76(3), 350-66
- Juibari, Leila (2007). Studying the impact of work life situation on job stress of Hamedan health management sector”, the 9th Congress of Nursing and its role in improving life quality.
- Kheradmand, E., Volilou, M. dan Lotfi, A (2010). The Relationship between Quality of Work Life and Job Performance. *Middle-East Journal of scientific Research*. Vol 4(3), 317-323.
- Koonmee, Kalayanee (2010). Ethics institutionalization, quality of work life, and employee job related outcomes: A survey of human resources manager in Thailand”, *Journal of Business Research* 63 (2010), 20-26.
- Luna-Arocas, R. and Camps, J. (2008). A model of high performance work practices and turnover intentions. *Personnel Review*, 37(1), 26-46
- Luthans, F. (2005). *Organizational Behavior*, tenth Ed. McGraw-Hill Irwin. NY.
- McDonald, R. P. and Ho, M. H. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological Methods*, 7,64–82
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 62(2), 237-240.
- Mosadeghrad, Ferlie, & Rosenberg (2011). A study of relationship between job stress, quality of working life and turnover intention among hospital employees. *Health Service Manage Research*. vol. 24 (4). Hal. **170-181**.
- Mowday, R.T., Porter, L.W., Steers, R.M. (1982), *Employee-Organization Linkages*, Academic Press, New York, NY.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., and Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609.
- Porter, L.W. and Steers, R. M. (1973). Organizational, work, and personal factors in employee turnover and absenteeism. *Psychological Bulletin*, 80 (2), 151-176.
- Riady, H (2007). Peranan Kualitas Kehidupan Kerja dalam Membangun Komitmen Keorganisasian: Study Empiric pada Bank Milik Negara di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*. Vol 22 (2), 215-235
- Robbins, S. P. (2005). *Organizational Behavior*. 11th ed. Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.

Potensi *Green* Bisnis Sisa Garmen Di Cigondewah Bandung

Wanda Listiani

Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) Bandung

wandalistiani@gmail.com

Abstrak

Bandung tidak hanya dikenal sebagai pusat mode dan tren melainkan pusat produksi tekstil dan konveksi sejak tahun 1930an. Tidak hanya pengunjung di pusat perbelanjaan, para tengkulak baik pedagang grosir dan eceran ramai mendatangi sentra usaha konveksi dan usaha kecil seperti Majalaya, Soreang, Cigondewah. Ketiga tempat ini merupakan tempat tujuan para tengkulak dari berbagai kota. Dari daerah selatan kota Bandung inilah dapat diperoleh bahan kiloan sampai pakaian jadi. Limbah Industri garmen ini biasanya dijual atau di beli oleh para pedagang tekstil salah satunya dari Cigondewah. Cigondewah merupakan salah satu kelurahan di kabupaten Bandung yang dikenal sebagai salah satu tempat yang menyediakan kiloan dan rollan dari berbagai jenis kain sisa garmen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan pengamatan pada pengusaha sisa garmen di Cigondewah. Hasil penelitian ini menggambarkan potensi green bisnis sisa garmen berbagai toko di Cigondewah seperti kurnia spandex, PD Jaya Mandiri, PD Jaya Abadi Putra, Mentari Textile, PD Famili Jaya, C2B Putra, PD Putra Kurnia, Vina Tex, Dan's Tex, ST Tex, Nurul Inayah, Rizki Ilahi, Ikhsan JS, Warna Sugih, PD Berkah, Emkatex, PD Sarifah, Sumber Prawira Rejeki, Toko Zahra Tex, Mustofa Jay, GS Collection, Hanajaya Textile, Berkah Textile, Deden Hasbi, PD Zahra, Baraya Kencana Textil dan Nasa Jeans .

Kata kunci : sisa garmen, tekstil, *green* bisnis, Cigondewah, Bandung

PENDAHULUAN

Bandung sebagai pusat pertumbuhan ekonomi kreatif dan kota penyangga kabupaten di sekitarnya seperti Padalarang, Cimahi, Lembang, Banjaran dan Majalaya. Pertumbuhan ekonomi kreatif di kota Bandung terlihat jelas dalam rentang sejarah kota Bandung. Keinginan untuk membangun Bandung menjadi kota kreatif tidak begitu saja datang dari wacana tetapi potensi "tempat" kota Bandung seperti tempat bersejarah, ruang terbuka, taman kota dan tempat perbelanjaan yang telah

tersedia sejak dulu. Hal ini terjadi sejak status *gemeente* tanggal 21 Februari 1906 (Darmaprawira, 1974: 172), Bandung menjadi tempat peristirahatan orang Barat, khususnya Belanda. Berbagai prasarana dan sarana penunjang dibangun. Untuk hiburan yang berupa tontonan, hingga akhir kekuasaan Hindia Belanda dibangun tiga buah gedung yakni Elita, Oriental dan Apollo. Sementara itu untuk *feestterrein*, antara lain dibangun di sekitar daerah Kebonjati (*Orion*), Suniaraja (*Empires*), dan Cikakak (*Orange*). Untuk tempat

rekreasi warga kota dibangun arena khusus untuk bursa tahunan (*Jaarbeurs*), taman-taman kota seperti *Mollukenpark*, *Ijzermanpark*, *Orenje Plein* dan *Citarum Plein*, serta *Bandoengsch Zoologisch Park* (kebun binatang bandung) pada tahun 1930. Perbaikan kualitas jalan di kota Bandung dilakukan secara intensif sejak tahun 1909. Pada awalnya diperbaiki lima buah jalan, yaitu *Merdekalioweg* (Jalan Wastukencana), *Kerklaan* (Jalan Jawa), *Parklaan* (Jalan Merdeka), *Lembangwed* (Jalan Cihampelas) dan *Dagoweg* (Jalan Ir. H. Juanda).

Setelah itu perbaikan kualitas jalan juga dilakukan di tempat lain di kota Bandung termasuk pelebaran jalan, seperti *Grote Postweg*, *Gardujatiweg*, *Pasar baruweg* dan *Tamblongweg*. Pasar Baru (pasar *baruweg*) dibangun pada tahun 1896 untuk menampung pedagang yang membuka usahanya di sekitar Alun-alun dan Sumedangweg Jl. Otista sekarang. Hingga tahun 1926, pasar ini hanya terdiri dari bangunan semi permanen dan kumuh.



Verkoop van textiel langs de Djalan Raya te Bandung, West-Java, 1951

Sumber : Tropenmuseum Belanda

Tahun 1936, pasar baru dikenal sebagai pasar terbersih di nusantara. Pada tahun 70-an, pasar ini dibangun menjadi bertingkat. Namun lantai bagian atas tidak ter huni penuh; para pedagang lebih suka membuka usahanya di luar bangunan sehingga di akhir tahun 90-an, bangunan ini dikenal sebagai bangunan kumuh dan tidak terawat. Kondisi ini diperparah dengan banyaknya bermunculan pedagang kaki lima (PKL) di sisi jalan menuju pasar baru tersebut.



De markt, pasar baroe, in Bandung, 1920-1921,

Sumber : Tropenmuseum Belanda





Pasar Baroe, Bandoeng, 1910-1940

Sumber : Tropenmuseum Belanda

Baru pada tahun 2004, bangunan pasar baru kembali direnovasi menjadi sebuah pertokoan modern. Di bagian bawah adalah pasar tradisional yang menjual sayuran, daging dan buah segar. Kemudian di atasnya menjual makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung dan beberapa pakaian muslim. Di lantai berikutnya dijual sepatu, sandal, pakaian jadi dan kaos. Tekstil, tas dan ATM berada di lantai bagian atas. Setiap hari biasa maupun libur, pasar baru selalu penuh oleh pembeli. Hal ini terbukti dengan banyaknya orang yang melakukan transaksi jual-beli, parkir kendaraan roda dua di depan maupun sepanjang jalan menuju pasar baru.



Pasar Baru,

Dokumen Pribadi, 2011

Tekstil yang dijual di pasar baru berasal dari industri garmen Kabupaten Bandung dan Kota Bandung. Limbah atau sisa potongan kain dari Industri garmen ini biasanya dijual atau di beli oleh para pedagang tekstil salah satunya dari Cigondewah. Limbah yang dimaksud dalam makalah ini adalah tekstil yang tidak lolos untuk diekspor ke luar negeri. Cigondewah merupakan salah satu kelurahan di kabupaten Bandung yang dikenal sebagai salah satu tempat yang menyediakan kain kiloan dan *roll*-an sisa garmen dengan harga murah.

Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran potensi *green* bisnis sisa garmen di Kelurahan Cigondewah Kabupaten Bandung. *Green* bisnis (Salmi, 2012:1) merupakan kombinasi teknologi dan inovasi yang menghasilkan proses, produk dan jasa dengan dampak negatif terhadap lingkungan seminimal mungkin. Tujuan *green* bisnis (Collins, 2008:25) adalah mendorong upaya ramah lingkungan di berbagai industri. Adapun manfaat dari *green* bisnis adalah pertama, penghematan biaya dari menerapkan program pengurangan limbah dan konservasi energi. *Kedua*, mencapai keunggulan dalam persaingan

pasar. *Ketiga*, lingkungan kerja yang sehat dan aman. *Keempat*, meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Selain itu menurut Ki-Hoon Lee (2009: 1104) *green* bisnis juga meningkatkan citra perusahaan, menjalin hubungan baik dengan masyarakat setempat dan akses pasar hijau baru.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan wawancara serta pengamatan pada pengusaha sisa garmen di Cigondewah. Penelitian kualitatif (Strauss, 2003:4) adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan pengamatan. Namun data kualitatif memungkinkan untuk dikuantifikasi (dianalisis secara statistik). Metode penelitian kualitatif ini digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu fenomena yang belum banyak diketahui. Adapun variabel penelitian ini adalah teknologi dan inovasi yang digunakan dalam produk dan jasa pemasaran produk sisa garmen. Informan adalah pengusaha atau perorangan yang memiliki bisnis sisa garmen di kelurahan Cigondewah selama lebih dari satu tahun usaha di wilayah tersebut. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan di analisa sehingga potensi green bisnis dapat teridentifikasi sehingga menciptakan peluang *green* bisnis berkelanjutan.

Hasil Analisa dan Pembahasan Data

Bandung tidak hanya dikenal sebagai pusat mode dan tren melainkan pusat produksi tekstil dan konveksi sejak tahun 1930an. Tidak hanya pengunjung di pusat

perbelanjaan, para tengkulak baik pedagang grosir dan eceran ramai mendatangi sentra usaha konveksi dan usaha kecil seperti Majalaya, Soreang, Cigondewah. Ketiga tempat ini merupakan tempat tujuan para tengkulak dari berbagai kota. Dari daerah selatan kota Bandung inilah dapat diperoleh bahan kiloan sampai pakaian jadi.



Keterangan : Dokumentasi Pribadi, 2012

Di Cigondewah terdapat sekitar 150an pengusaha tekstil yang memiliki toko sepanjang Jalan Cigondewah dari arah utara ke selatan seperti kurnia spandex, PD Jaya Mandiri, PD Jaya Abadi Putra, Mentari Textile, PD Famili Jaya, C2B Putra, PD Putra Kurnia, Vina Tex, Dan's Tex, ST Tex, Nurul Inayah, Rizki Ilahi, Ikhsan JS, Warna Sugih, PD Berkah, Emkatex, PD Sarifah, Sumber Prawira Rejeki, Toko Zahra Tex, Mustofa Jay, GS Collection, Hanajaya Textile, Berkah Textile, Deden

Hasbi, PD Zahra, Baraya Kencana Textil dan Nasa Jeans . Berikut cara penjualan, sifat bahan, jenis produk yang dijual dan jenis kain yang dijual :

Tabel 1. Cara Penjualan, Sifat Bahan dan Jenis Produk

No.	Cara	Sifat Bahan	Jenis Produk
1	Eceran	BS/Sisa	Bahan Kain
2	Kiloan	Gress/ Baru	Accessories Garmen
3	Roll-an		Alat Garmen/Konveksi
4			Switer
5			Sarung & Baju Taqwa

Sumber : Data diolah dari berbagai sumber, 2012

Tabel 2. Jenis Kain yang dijual di Cigondewah

No	Jenis Kain	Keterangan	No	Jenis Kain	Keterangan
1	Spandex	Serat Sintetis	17	Tery	
2	Rayon	Serat Semi Sintetis	18	Mancing rib	
3	Cotton	Serat Alam	19	TR	Campuran Serat
4	PE		20	Filament	
5	Denim		21	Mikro	
6	TC	Campuran Serat	22	Despo	
7	H y g e t / Byget		23	Parasit	
8	PC		24	Taslan	
9	HG		25	Mikro	
10	Paragon		26	Puring	
11	Lotton		27	Taslan	
12	Caruk		28	Oxfor	
13	Jala		29	Dexron	
14	Diadora		30	Jersi	
15	Plis/Pelis		31	K Jeruk	
16	Metalic		32	CVC	Campuran Serat

Sumber : Data diolah dari berbagai sumber, 2012

Potensi *green* bisnis sisa limbah industri garmen di Cigondewah adalah

a. Peluang Hijau dalam Produk

Bisnis kain Cigondewah memiliki potensi *green* bisnis pada produk yang dijual yaitu kain cotton yang berasal dari serat alam. Serat alam ini mulai banyak diproduksi misal dari limbah daun nanas, pohon pisang, lidah mertua di pabrik tekstil Majalaya. Inovasi yang dilakukan oleh pengusaha tekstil Majalaya ini lewat kain berbahan baku serat alam ini ternyata mengalami kesulitan bahan baku terutama benang dari lokal (daun nanas subang). Mereka mengambil bahan baku dari Purwakarta dan Pekalongan. Penjualan jenis kain *cotton* dari serat alam memiliki pasar potensial khususnya di luar negeri seperti Thailand, Jepang, China dan pasar lokal seperti Bali, Jakarta dan Surabaya.

b. Adopsi Manajemen Hijau

Beberapa toko memiliki pelanggan untuk membeli kardus bekas gulungan kain untuk dibuat kerajinan tangan seperti tabungan, lampu hias dari kardus dan kertas daur ulang.

c. Pemasaran Hijau Toko Online

Mayoritas toko yang ada di Jl. Cigondewah Kaleur maupun Jl. Cigondewah Kidul belum memiliki toko online atau website. Hal ini menarik karena di Kawasan Wisata Cibaduyut sudah menggunakan pemasaran online untuk produk mereka. Padahal lokasi Kawasan Wisata Cibaduyut dan Cigondewah sama-sama terletak di sebelah selatan Kota Bandung dan tidak jauh jaraknya. Perkembangan teknologi internet belum mereka manfaatkan secara maksimal. Para pengusaha garmen Cigondewah masih menerima pesanan atau pembelian lewat telepon atau penjualan langsung di toko yang berada di Jl. Cigondewah tersebut.

d. Jaringan Green Bisnis

Pembentukan Jaringan *Green* Bisnis Kain Cigondewah juga merupakan potensi untuk menghubungkan *green* bisnis kain Cigondewah dengan perbankan, investor maupun konsumen. Dari jaringan *green* bisnis kain Cigondewah ini diharapkan tersedia informasi tentang peluang pasar dan keuangan bagi para pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya.

Penutup

Pengusaha Cigondewah ini menjual dan membeli jenis kain dari serat alam, serat sintetis, serat semi sintetis dan campuran serat. Kain yang dijual merupakan kain sisa baik BS maupun baru dengan cara penjualan kiloan maupun *roll*-an. Strategi yang dilakukan oleh para pengusaha *green* bisnis di Cigondewah berbeda-beda. Hal ini terlihat pada jenis kain yang dijual, jenis produk dan cara penjualan termasuk harga dan pelayanan. Bisnis sisa garmen Cigondewah ini memiliki 4 potensi untuk dikembangkan yaitu adanya peluang hijau dalam produk, adopsi manajemen hijau, pemasaran hijau toko online dan jaringan *green* bisnis.

Daftar Pustaka

Collins, Jan, 2008. "Why Green Is Good For Business", *Journal of Business and Economic Review*, Jan-Mar 2008 Vol. 54 No. 2

Darmaprawira, Sulasmi, 1974. *Disain Tekstil Cap Bandung*, Skripsi, Bandung : ITB

Lee, Ki-Hoon, 2009. "Why and How to Adopt Green Management into Business Organizations", *Journal of Management Decision* Vol. 47 No.7

Salmi, Anne-Marie dan Heimo Tuomala, 2012. *Green Business Case "Individual Waste Water Package Plant Business in Areas of Outside Sewer Networks" a SME Approach*, Helsinki : Aalto University Small Business Center

Strauss, Anselm dan Juliet Corbin, 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
<http://collectie.tropenmuseum.nl>

Pengaruh *Idiosyncratic Risk* Dan Likuiditas Saham Terhadap *Return Saham*

Werner R. Murhadi

Fakultas Bisnis & Ekonomika, Universitas Surabaya

Werner@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh idiosyncratic risk dan likuiditas saham terhadap return saham. Penelitian menggunakan data 50 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Variabel independen dalam penelitian ini adalah idiosyncratic risk dan likuiditas saham, serta variable control berupa ukuran perusahaan. Dengan menggunakan panel data dan pooled least square diperoleh hasil: idiosyncratic risk memiliki pengaruh negative signifikan terhadap stock return, likuiditas saham berpengaruh positif signifikan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negative signifikan. Hal ini memberikan implikasi bahwa perusahaan dengan idiosyncratic risk yang kecil akan lebih disukai investor yang tidak mampu melakukan diversifikasi, sehingga permintaan dari individual dan insitusi secara bersamaan akan mendorong harga saham dan memberikan return yang lebih tinggi.

Kata kunci: idiosyncratic risk, likuiditas saham dan stock return

Abstract

This study aimed to examine the effect of idiosyncratic risk and liquidity of shares on stock return. The study used data of 50 companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2009-2011 period. The independent variable in this study is the idiosyncratic risk and the liquidity of the shares, as well as control variables such as firm size. Using panel data and pooled least square obtained results: idiosyncratic risk has a significant negative effect on stock returns, liquidity of the shares have significant positive and significant negative effect of firm size. This implies that firms with small idiosyncratic risk that small investors will be preferred, so the demand from individuals and institutions simultaneously will push stock prices and provide a higher return.

Keywords: idiosyncratic risk, stock liquidity and stock return

PENDAHULUAN

Teori *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) yang dikembangkan oleh Sharpe (1964), dan Lintner (1965) telah lama membentuk pola pikir dari para akademisi dan praktisi mengenai hubungan tingkat *return* dan risiko. Dalam CAPM maka

return dari suatu aset hanya ditentukan oleh risiko sistematisnya. Secara teoritis, CAPM sangat berguna dalam menjelaskan dan memprediksi hubungan risiko dan tingkat hasil yang diharapkan. Namun fakta empiris, menunjukkan bahwa model tidak mampu menjelaskan fenomena

yang ada. Roll (1977) menyatakan bahwa CAPM tidak bisa dipegang dalam berbagai macam kondisi atau dengan kata lain CAPM sering kali tidak tepat untuk digunakan memprediksi nilai suatu aset. Roll menjelaskan bahwa secara teoritis CAPM baik, namun test secara empiris memberikan hasil bahwa indeks harga saham secara tunggal merupakan proksi yang buruk dalam CAPM. Kritikan Roll dapat dirangkum menjadi dua point yaitu: CAPM dapat digunakan bila proksi pasar yang digunakan adalah *market value of equity*, bila tidak maka hubungan antara beta dan *expected return* tidak terjadi. Kedua, *market portfolio* tidak dapat diidentifikasi, sehingga Roll menyimpulkan bahwa CAPM menjadi tidak bermanfaat secara praktis. Kritikan lain terhadap CAPM, dilakukan oleh Banz (1981) yang menemukan pengaruh kuat dari ukuran perusahaan yang diukur melalui *market value of equity* terhadap rata-rata return *cross section* dari suatu aset. Selain itu, Bhandari (1988) menemukan hubungan positif dari utang terhadap return suatu aset.

Hal ini sangat logis dimana utang yang tinggi akan menimbulkan risiko kebangkrutan bagi perusahaan, sehingga investor akan menuntut return yang tinggi pula. Factor utang ini dalam CAPM dianggap sebagai bagian dari Beta. Bhandari (1988) juga menyatakan bahwa utang dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan rata-rata return *cross section* dari perusahaan. Untuk mengatasi kelemahan dari CAPM, maka Ross (1976) mengembangkan *arbitrage pricing theory* (APT) dengan asumsi yang lebih kendor daripada asumsi CAPM. Dimana dalam APT maka return dari

suatu aset dipengaruhi oleh banyak macam faktor. Selanjutnya, Chen, Roll dan Ross (1986) berdasarkan pada APT menggunakan faktor makro ekonomi menemukan bahwa return dari suatu aset dipengaruhi oleh inflasi, *gross national product* yang diproksi melalui *industrial production index*, keyakinan investor sehubungan dengan premi risiko obligasi, dan perubahan dalam *yield curve*. Namun APT sendiri yang menyatakan bahwa return dari banyak perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor akan menimbulkan variasi yang beragam. Untuk itu Fama dan French (1992) dengan menggunakan variabel yang mudah diukur yaitu ukuran dan *book to market value of equity* mampu menjelaskan variasi dalam rata-rata return *cross section* bersama dengan beta pasar.

Model yang telah dijelaskan di atas adalah relevan apabila individu atau investor mampu membentuk portfolio sehingga risiko yang relevan dipertimbangkan adalah risiko sistematis dalam hal ini risiko pasar. Atau dengan kata lain return suatu aset dipengaruhi oleh risiko sistematis dan beberapa variabel lain seperti ukuran perusahaan dan *book to market value of equity* sebagaimana yang ditunjukkan dalam model Fama-French. Bilamana investor tidak mampu membentuk portofolio maka risiko yang dianggap relevan adalah total risiko (baik risiko sistematis dan risiko perusahaan). Levy (1978) menjelaskan bahwa secara teoritis *idiosyncratic risk* (atau risiko unik yang hanya ada pada perusahaan) mempengaruhi ekuilibrium dari harga aset/nilai saham bilamana investor tidak mampu melakukan diversifikasi dalam bentuk portfolio. Merton (1987) mengindikasikan bahwa bila investor tidak

mampu melakukan diversifikasi portfolio, maka risiko yang harus dipertimbangkan oleh investor adalah risiko total perusahaan. Sehingga Bali dan Cakiki (2006) menyebut bahwa perusahaan dengan total varians yang besar (*idiosyncratic risk* yang tinggi) akan menuntut *return* yang tinggi pula untuk menutupi risiko akibat tidak terdiversifikasi sempurna portfolio.

Selain *idiosyncratic risk*, maka return dari suatu aset juga dipengaruhi dari likuiditas saham yang dipegang (Malkiel dan Xu, 2004). Aset yang tidak likuid akan sulit untuk diperdagangkan ketika perusahaan membutuhkan dana. Hal ini berdampak pada saham perusahaan yang tidak likuid cenderung akan menurunkan harga aset sehingga return-nya akan berkurang. Jones (2002) menemukan bahwa aset dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan *expected return* yang tinggi pula. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini akan memfokuskan pengaruh *idiosyncratic risk* dan likuiditas saham terhadap *return* saham perusahaan.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Idiosyncratic Risk

Teori CAPM disusun dengan berdasar pada model portfolio yang dikembangkan oleh Markowitz (1959). Fama dan French (2004) menjelaskan bahwa dalam model Markowitz, investor akan memilih portfolio pada saat $t-1$ yang akan menghasilkan *stochastic return* pada saat t . model ini mengasumsikan bahwa investor apda dasarnya tidak menyukai risiko, sehingga ketika melakukan investasi dalam portfolio, yang menjadi fokus utama investor adalah

pada rata-rata dan varians dari return investasi selama satu periode. Hal ini berdampak pada investor yang cenderung untuk memilih portfolio yang efisien yang dikenal sebagai *mean variance model*. Dalam model CAPM, ketika perusahaan berhasil melakukan diversifikasi sempurna, maka risiko yang relevan dipertimbangkan adalah hanya risiko sistematis yakni risiko pasar.

Kelemahan utama dari CAPM ini adalah factor bisnis yang begitu luas, ternyata hanya satu yang relevan mencerminkan return perusahaan yakni risiko pasar, sehingga muncullah APT. APT menggunakan asumsi bahwa return dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh banyak factor termasuk kondisi makro ekonomi. APT yang menyatakan bahwa *return* dari banyak perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor akan menimbulkan variasi yang beragam. Hal ini membuat APT dianggap terlalu luas, sehingga Fama dan French (1992) mengintroduksi 3 faktor atau variabel yang mudah diukur yaitu risiko pasar (beta pasar), ukuran dan *book to market value of equity* yang mampu menjelaskan variasi dalam rata-rata *return* suatu saham. Penggunaan model Tiga Faktor dari Fama French dalam suatu regresi akan diperoleh residual terms, dimana residual terms inilah yang akan digunakan untuk mengukur *idiosyncratic risk* dalam penelitian ini.

Ada beberapa alasan yang menyebabkan investor individual tidak mampu membentuk portfolio (Malkiel dan Xu, 2004) yaitu pertama, biaya transaksi yang tinggi mengakibatkan investor individu tidak dapat memegang beberapa saham

secara besar dalam portofolionya. Kedua, adanya keterbatasan dana menyebabkan investor tidak mampu memegang saham tertentu untuk memanfaatkan karakteristik unik dari masing-masing saham. Terakhir, meskipun banyak institusi seperti dana pension dan perusahaan reksadana, namun sering perusahaan tersebut tidak melakukan diversifikasi portofolio pasar dengan efisien. Malkiel dan Xu (2004) dengan menggunakan perspektif *behavioral finance* juga menjelaskan mengapa investor institusi sensitif terhadap *idiosyncratic risk* meskipun sebenarnya volatilitas ini dapat dikurangi melalui portofolio. Malkiel dan Xu (2004) dengan menggunakan teori prospek dari Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan bahwa ada faktor mayor yang mempengaruhi keputusan investor yaitu *loss aversion*. Manajemen baik perusahaan dana pension dan reksadana sulit untuk menjelaskan bahwa *idiosyncratic risk* (seperti *accounting fraud* dan over kapasitas dalam industri yang tidak diharapkan, dll) adalah alasan yang valid atas kesalahan investasi yang dilakukannya. Adalah tidak berasalan bila saham yang sensitif terhadap *idiosyncratic risk* menjadi alasan untuk menuntut return yang lebih tinggi.

Namun secara umum, bila investor tidak mampu melakukan diversifikasi sempurna, maka risiko sistematis yang dipegang oleh investor tersebut menjadi kurang relevan. Keterbatasan investor untuk melakukan diversifikasi sempurna, membawa konsekuensi bahwa *idiosyncratic risk* lah yang lebih relevan dalam mempertimbangkan return dari suatu saham. Dalam penelitian ini *idiosyncratic risk* akan diukur dengan menggunakan

idiosyncratic volatility, dimana menurut Tinic dan West (1986) dan Malkiel and Xu (1997, 2002), semakin tinggi volatilitas *idiosyncratic*, maka semakin tinggi return saham suatu perusahaan. Dengan berdasarkan pemikiran tersebut, maka dikembangkan hipotesis bahwa:

H1: *Idiosyncratic Risk* berpengaruh positif terhadap return saham suatu perusahaan.

Likuiditas Saham

Likuiditas dan risiko merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan investor ketika melakukan investasi. Meskipun banyak penelitian yang menyatakan bahwa untuk saham yang tidak likuid maka investor akan mendapatkan kompensasi berupa return yang lebih tinggi, namun tidak ada suatu kesepakatan tentang bagaimana mendefinisikan dan mengukur likuiditas (Kluger dan Stephan, 1997). Secara umum, investor mempersepsikan suatu saham dikatakan likuid bila dapat dijual dengan segera dan dapat menerima hasilnya sesuai dengan harga pasar. Dari definisi ini dapat ditarik suatu proposisi bahwa *bid-ask spread* dapat digunakan untuk mengukur likuiditas, dimana selisih yang kecil mengindikasikan saham yang likuid. Penelitian Kluger dan Stephan (1997) mengukur likuiditas saham dengan empat alat yaitu *relative odds ratio* yang didasarkan pada volume yang dibutuhkan untuk menggerakkan harga saham, *firm size* yang diukur melalui *market value of equity*, *bid-ask spread* yang didasarkan pada biaya untuk melakukan transaksi secara segera, dan *liquidity ratio* yang diukur dari rasio volume perdagangan terhadap perubahan absolute dari harga selama interval waktu tertentu. Hasilnya menunjukkan bahwa

korelasi diantara keempat alat tersebut adalah tinggi, yang mengindikasikan bahwa ke-empatnya dapat digunakan sebagai proksi dari likuiditas.

Sementara itu, Shen & Starr (2002) dalam Wyss (2004) menyatakan Likuiditas di pasar keuangan didefinisikan sebagai “*the ability to absorb smoothly the flow of buying and selling orders*”. Namun dari definisi ini Wyss (2004) berpendapat bahwa hal ini tidak mampu menjelaskan fenomena likuiditas yang terdiri dari beberapa dimensional. Likuiditas pada awalnya banyak diukur melalui *spread* harga beli dan jual, namun hal ini dirasakan tidak mencukupi. Likuiditas menurut Wyss (2004) terdiri dari 4 dimensi yaitu: (1) *Trading Time*: kemampuan mengeksekusi transaksi dengan segera pada harga wajar di pasar yang dalam berbagai penelitian dilakukan melalui jumlah perdagangan persatuan waktu atau lamanya waktu tunggu untuk melakukan transaksi. (2) *Tightness*: kemampuan untuk membeli atau menjual suatu aset pada harga yang sama di waktu yang sama. Hal ini lazimnya diukur melalui *spread*. (3) *Depth*: kemampuan untuk membeli atau menjual aset tertentu tanpa terpengaruh atas kuota harga.

Kedalaman pasar dapat diukur, selain dari kedalaman itu sendiri, dengan rasio pesanan, volume perdagangan atau *flow ratio*. (4) *Resiliency*: Kemampuan untuk membeli atau menjual aset tertentu dengan sedikit pengaruh dari harga kuota. Bila kedalam pasar hanya mempertimbangkan volume pada saat *bid* atau *ask*, maka *resiliency* juga mempertimbangkan elastisitas penawaran dan permintaan. Hal ini biasanya diukur melalui *intraday returns*, *the variance ratio* atau *the liquidity*

ratio. Likuiditas sendiri tidak teramati dan selanjutnya akan diproksikan melalui berbagai macam pengukur. Baker (1996) dalam Wyss (2004) menyatakan bahwa pengukuran likuiditas yang bermacam-macam akan menimbulkan konflik atas temuan bila digunakan untuk mengukur likuiditas pasar.

Jones (2002) dan Amihud (2002) memprediksi bahwa return saham suatu perusahaan berkorelasi positif dengan likuiditas. Dapat juga dikatakan bahwa likuiditas suatu saham bervariasi secara sistemik terhadap likuiditas pasar dan berpengaruh positif terhadap return saham suatu perusahaan. Penelitian lain dilakukan Bekaert *et al.* (2006) menunjukkan hasil bahwa likuiditas berkorelasi positif dengan return, dan negatif terhadap dividend yield. Bekaert *et al.* (2006) juga menemukan untuk pasar Negara berkembang yang sedang dalam proses liberalisasi maka akan mempengaruhi secara dinamis hubungan likuiditas dan return saham.

Likuiditas sendiri memainkan peranan penting terhadap harga suatu aset (Malkiel dan Xu, 2004). Meskipun berbagai peneliti memiliki definisi dan cara pengukuran yang berbeda, namun secara umum dapat disepakati bahwa likuiditas yang tinggi diartikan sebagai ukuran kemampuan investor menjual suatu aset tanpa mengalami kehilangan bermakna dari nilai wajarnya. Secara logis, aset yang tidak likuid akan sulit dijual sehingga akan berdampak pada penurunan harga aset tersebut. Dari pemikiran tersebut, maka dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Likuiditas saham berpengaruh positif terhadap return suatu saham

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder, dengan sampel yang digunakan adalah data 50 perusahaan yang aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia yang terdiri dari sector pertambangan (7), pertanian (5), industry dasar dan kimia (7), aneka industry (4), barang konsumsi (4), property (5), keuangan (8), infrastruktur, utilitas & transportasi (5) serta perdagangan, jasa & investasi (5). Sampel diambil berdasarkan pertimbangan bahwa sampel adalah secara proporsional merupakan representasi dari masing-masing sektor yang paling aktif dan sering digunakan sebagai pembentuk portfolio. Penelitian ini menggunakan data harian selama periode 1 Januari 2009 – 31 Desember 2011. Variable dependent dalam penelitian ini adalah tingkat hasil saham, dan variable independennya adalah *Idiosyncratic Risk* dan likuiditas saham. Tingkat hasil saham dihitung dengan menggunakan:

$$R_{i,t} = \ln \frac{P_t}{P_{t-1}} \quad \dots\dots\dots (1)$$

Untuk menghitung *Idiosyncratic Risk* maka dalam penelitian ini menggunakan model CAPM sebagai berikut:

$$R_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_{i,t} \cdot (R_{m,t} - R_{f,t}) + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

Dimana $R_{i,t}$ adalah tingkat hasil saham individual, $R_{m,t}$ adalah tingkat hasil pasar, $R_{f,t}$ adalah tingkat hasil bebas risiko, dan $\varepsilon_{i,t}$ adalah *Idiosyncratic Risk*. Kemudian *Idiosyncratic Risk volatility* (IVOL) akan diukur dengan menggunakan (Bali dan Cakiki, 2006):

$$IVOL_{i,t} = \sqrt{\text{var}(\varepsilon_{i,t})} \quad \dots\dots\dots (3)$$

Dimana volatilitas dari *Idiosyncratic Risk* diperoleh dari standar deviasi residual dari *Idiosyncratic Risk*.

Sedangkan likuiditas saham dapat diukur dengan berbagai macam cara, namun salah satu yang paling sering digunakan adalah pendekatan tingkat bid-ask spread (Kluger dan Stephan, 1997; Han dan Lesmond, 2009). Namun penelitian ini memodifikasi tingkat *bid-ask spread* tersebut dengan mendasarkan pada penelitian Corwin dan Schultz (2012) dimana *spread* tersebut diukur dengan menggunakan rata-rata setahun dari rasio harga tertinggi dibagi dengan harga terendah dalam satu hari perdagangan.

Penelitian ini juga memasukkan variable kontrol yaitu ukuran perusahaan (Size) mengikuti penelitian Han dan Lesmond (2009) dan Spiegel dan Wang (2005) yang diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total asset masing-masing perusahaan pada periode tersebut.

Model analisis dalam penelitian adalah:

$$R_{i,t} = \alpha + \beta_1 \cdot IVOL_{i,t} + \beta_2 \cdot Spread_{i,t} + \beta_3 \cdot Size_{i,t}$$

Penelitian menggunakan data panel dengan teknik Pooled Least Squared (PLS) yang akan dibandingkan terhadap Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM). Model terbaik dengan menggunakan uji F dan Uji Hausmann yang akan dilakukan interpretasi pada penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian dimulai dengan melihat pada hasil statistik deskriptif sebagaimana yang tampak pada tabel 1.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Variabel	Min.	Max.	Mean	Std. Dev.
Ri	-.012	.020	.00159	.003275
Ivol	.014	.147	.03286	.023045
Spread	.034	1.100	1.03190	.082990
Size	27.790	33.944		

Dari tabel 1 terlihat bahwa rata-rata return saham dari sampel selama periode tiga tahun terakhir adalah sangat kecil yaitu kurang dari 1 persen. Sedangkan volatilitas saham cukup volatile mulai dari 1 hingga hamper 15 persen, dengan rata-rata volatilitas sebesar 3 persen. Volatilitas saham selama tiga tahun terakhir memang cukup tinggi sehubungan dengan adanya krisis di Eropa dan USA yang belum tuntas hingga kini. Volatilitas saham yang tinggi ini merupakan proksi dari idiosyncratic risk yang ada pada masing-masing perusahaan. Sedangkan untuk likuiditas saham yang menggunakan proksi spread terlihat cukup tinggi dengan rata-rata diatas 1.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada statistik inferensial pada tabel 2. Pada tabel 2, ditampilkan tiga model dengan menggunakan pendekatan panel data yaitu PLS, FEM dan REM.

Tabel 2
Hasil Statistik Inferensial

Variabel	PLS		FEM		REM	
	beta	t	beta	t	beta	t
Ivol						
Spread				1.435		
Size						
R Squared	0.057		0.354		0.063775	
Adj. R Squared	0.044		0.006		0.044134	
N	150		150		150	

Ket: * Signifikan pada $\alpha = 5\%$;

** signifikan pada $\alpha = 10\%$

Untuk melihat model mana yang paling tepat maka, dilakukan komparasi terlebih dahulu pada model PLS dan FEM dengan menggunakan uji F, dimana bila signifikan maka model yang akan diinterpretasikan adalah model FEM dengan sebelumnya dilakukan terlebih dahulu uji Hausmann untuk membandingkannya terhadap REM. Sedangkan bila hasil uji F tidak signifikan maka model yang akan digunakan adalah PLS.

Pada tabel 3 hasil pengujian uji F menunjukkan hasil yang tidak signifikan, dimana hal ini berarti model yang akan digunakan dalam pembahasan ini adalah model PLS.

Tabel 3
Uji F

Effect Test	Statistic	df	Prob.
Cross Section F	0.887049	(48,95)	0.6722
Cross Section Chi-Square	54.436534	48	0.2429

Dengan mendasarkan pada model PLS, maka seperti yang ditampilkan pada

tabel 2 dapat dilihat bahwa idiosyncratic risk dan volatilitas saham signifikan pada $\alpha = 5\%$, sedangkan variable control ukuran perusahaan signifikan pada $\alpha = 10\%$. Hal ini berarti dalam tiga tahun terakhir dapat disimpulkan bahwa return saham dipengaruhi signifikan baik oleh idiosyncratic risk dan likuiditas saham. Pengaruh idiosyncratic risk lebih besar daripada pengaruh likuiditas, sebagaimana konsisten dengan penelitian dari Spiegel dan Wang (2005)

Namun dari hasil pada tabel 2, terlihat hasil yang menarik dimana idiosyncratic risk ternyata memiliki pengaruh negatif signifikan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi risiko individu perusahaan maka return sahamnya semakin rendah, dan sebaliknya semakin rendah risiko individu maka return saham menjadi semakin tinggi. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Fama-Macbeth (1973), Barberis dan Huang (2007) maupun Wan (2008). Sedangkan penelitian Baker dan Wurgler (2005) menemukan bahwa hubungan idiosyncratic risk dapat berpengaruh positif ataupun negatif.

Sedangkan hasil negatif ditemukan oleh Wan (2008) yang terjadi pada “*penny-like stock*” di pasar modal USA yang memiliki ciri-ciri volatilitasnya tinggi, kapitalisasi pasar yang kecil, harga saham yang rendah, bersifat *underperform*. Hasil negatif dalam penelitian ini juga konsisten dengan penelitian dari Ang *et al.* (2005). Penjelasan logis dari hasil negative signifikan ini adalah bahwa perusahaan dengan risiko individual yang tinggi (*idiosyncratic risk*) akan menyebabkan investor yang tidak mampu membentuk

portfolio akan menghindari perusahaan ini. Dengan berkuatnya peminat pada saham perusahaan dengan risiko individual yang tinggi akan menyebabkan pergerakan harga saham menjadi lebih sempit sehingga return saham menjadi lebih kecil. Sebaliknya pada perusahaan dengan risiko individual yang rendah akan mendorong investor yang tidak mampu membentuk portfolio untuk segera membeli saham perusahaan ini. Permintaan yang tinggi akan membuat harga saham meningkat sehingga memberikan efek pada return saham yang lebih tinggi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap return saham. Pada penelitian ini likuiditas diproksikan dengan spread. Pada tabel 2 terlihat bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan. Namun pengaruh dari likuiditas tersebut lebih kecil daripada pengaruh risiko individual. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Bekaert, Harvey dan Lundblad (2006) dan Martinez, *et al* (2005). Saham suatu perusahaan yang likuid akan mendorong investor untuk melakukan transaksi untuk mengambil keuntungan. Berbeda dengan “saham tidur” yang akan dijauhi investor, mengingat bila investor membutuhkan dana akan kesulitan untuk mengkonversinya menjadi kas.

Untuk perusahaan dengan harga saham yang tinggi akan terdorong untuk melakukan *stock split*. Hal ini mengingat perusahaan dengan harga saham yang terlalu tinggi akan membuat investor terbatas dan mungkin hanya investor institusi saja yang dapat melakukan pembelian saham tersebut. Untuk itu perusahaan dengan harga saham yang tinggi akan terdorong untuk melakukan stock split agar sahamnya

menjadi likuid. Dengan likuiditas pasar yang tinggi akan meningkatkan return saham perusahaan tersebut pula.

Penelitian ini juga memasukkan variable ukuran perusahaan, dimana untuk ukuran perusahaan, dari hasil pada tabel 2 dapat dilihat ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap return saham suatu perusahaan. Hal ini bermakna semakin besar ukuran perusahaan maka return sahamnya akan semakin kecil. Penjelasan yang dapat dilakukan untuk menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan dengan ukuran besar harga sahamnya relatif tinggi dan stabil daripada perusahaan kecil atau *second line*. Dimana pada perusahaan kecil, fluktuasi dari harga saham relatif besar, sehingga return yang diperoleh perusahaan juga cukup besar.

KESIMPULAN

Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan secara keseluruhan terdapat pengaruh ketiga variable yaitu *idiosyncratic risk*, likuiditas saham dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dimana *idiosyncratic risk* berpengaruh negatif, likuiditas saham berpengaruh positif dan ukuran perusahaan berpengaruh negative. Hal ini memberikan implikasi bahwa investor yang tidak mampu membentuk portofolio, akan lebih memfokuskan pada perusahaan dengan risiko individual yang rendah. Permintaan yang besar terhadap saham dengan return individual yang rendah akan mendorong peningkatan harga saham dan akan berakibat pada return saham yang besar pula. Sedangkan perusahaan dengan likuiditas tinggi akan lebih disukai konsumen, sehingga akan mendorong harga sahamnya naik dan berdampak pada return yang tinggi pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Amihud, Y., 2002, Illiquidity and Stock Returns: Cross Section and Time Series Effects, *Journal of Financial Markets*, 5, 31-56
- Ang, Andrew, Robert Hodrick, Yuhang Xing, dan Xiaoyan Zhang, 2005, The cross section of volatility and expected return, *journal of finance*, 61: 1, 259-299
- Baker, H. K., 1996, Trading location and liquidity: An analysis of U.S. dealer and agency markets for common stocks, *Financial Markets, Institutions & Instruments* 5(4), 1-51.
- Baker, Malcolm, dan J. Wugler, 2005, Government bond and Cross Section of Stock Returns, *Working Papers*, Harvard Business School
- Bali, Turan G., dan N. Cakiki, 2006, Idiosyncratic Volatility and the Cross-Section of Expected Returns, *working papers*, City University of New York.
- Banz, Rolf W., 1981, The relationship between return and market value of common stock, *Journal of Financial Economics*, March, 3-18.
- Barberis, N., and M. Huang, 2001, Mental Accounting, Loss Aversion, and Individual Stock Returns, *Journal of Finance*, 56:4, 1247-1292
- Bekaert, Geert, Campbell R. Harvey, dan Christian Lundblad, 2006, Liquidity and Expected Return: Lesson from Emerging Market, *Working papers*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.

- Bhandari, Laxmi Chand, 1988, Debt/Equity Ratio and Expected Common Stock Returns: Empirical Evidence, *Journal of Finance*, 43:2, 507–28.
- Chen N.F., R. Roll dan S.A. Ross, 1986, Economic Forces and the Stock Market, *Journal of Business*, Vol. 59, No. 3, pp. 383-403.
- Corwin, Shane A, dan Paul Schultz, 2012, A Simple Way to Estimate Bid-Ask Spreads from Daily High and Low Prices, *Journal of Finance*, Vol. 67(2), 719-759.
- Fama, Eugene F., dan Kenneth R. French, 1992, The Cross-Section of Expected Stock Returns, *Journal of Finance*, 47:2, 427–65.
- Fama, E. F., dan K. French., 1992, Cross-Section of Expected Stock Returns, *Journal of Finance*, 47, 427-465.
- Fama, Eugene F., dan Kenneth R. French, 1993, Common Risk Factors in the Returns on Stocks and Bonds, *Journal of Financial Economics*, 33:1, pp. 3–56.
- Fama, Eugene F., dan James D. Macbeth, 1973, Risk, Return and Equilibrium: Empirical Test, *Journal of Political Economics*, 81, 607-636
- Fama, Eugene F., dan Kenneth R. French, 2004, The Capital Asset Pricing Model: Theory and Evidence, *Journal of Economic Perspectives*, 18(3): 25–46.
- Jones, C., 2002, A Century of Stock Market Liquidity and Trading Costs, *Working paper*, Columbia University
- Kluger, B. D. dan Stephan, J., 1997, Alternative liquidity measures and stock returns, *Review of Quantitative Finance and Accounting* 8(1), 19-36.
- Levy, H., 1978, Equilibrium in an Imperfect Market: A Constraint on the Number of Securities in the Portfolio, *American Economic Review*, 68, 643-658.
- Lintner, John, 1965, The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investment in Stock Portfolios and Capital Budgets, *Review of Economics and Statistics*, 47, 13-37
- Malkiel, Burton G., dan Yexiao Xu, 2004, Idiosyncratic Risk and Security Returns, *Working Papers*, The Annual Meetings of the American Finance Association.
- Markowitz, H., 1959, *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments*. Wiley, New York.
- Martinez, M., B. Nieto, G. Rubio and M. Tapia, 2005, Asset Pricing and Systematic Liquidity Risk: An Empirical Investigation of the Spanish Stock Market, *International Review of Economics and Finance*, 14, 81-103.
- Merton, R. C., 1987, A Simple Model of Capital Market Equilibrium with Incomplete Information.” *Journal of Finance*, 42, 483-510.
- Roll, Richard; Ross, Stephen, 1980, An empirical investigation of the arbitrage pricing theory, *Journal of Finance* 35 (5), 1073–1103.

- Roll, R., 1977, A Critique of the Asset Pricing Theory's Tests; Part 1: On Past and Potential Testability of the Theory, *Journal of Financial Economics*, Vol. 4, pp. 129-176.
- Ross, Stephen (1976). "The arbitrage theory of capital asset pricing". *Journal of Economic Theory*, **13** (3), 341–360.
- Sharpe, William F., 1964, Capital Asset Prices: a Theory of Market Equilibrium under conditions of Risk, *Journal of Finance*, 19, 425-442.
- Shen, P. dan Starr, R. M., 2002, Market-makers' supply and pricing of financial market liquidity, *Economics Letters* 1.
- Spiegel, Mathew, dan Xiaotong Wang, 2005, Cross Sectional variation in Stock Returns: Liquidity and Idiosyncratic Risk, *Working Papers*, Yale University
- Tinic, S. M., dan R. R., 1986, West. "Risk, Return and Equilibrium: A Revisit." *Journal of Political Economy*, 94, 126-147.
- Wan, Chi, 2008, Idiosyncratic Volatility, Expected Windfall and The Cross Section of Stock Returns, *Working papers*, Boston College.
- Wyss, Rico Von, 2004, Measuring and Predicting Liquidity in the stock market, Dissertation, der Universität St. Gallen, Swiss

Strategi Manajemen Berbasis Keuangan Sebagai Faktor Mitigasi Dalam Penerimaan Keputusan Opini *Going Concern*

Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Widhy Setyowati

Abstract

This research is motivated by the Auditing Standard Statement (PSA) number 30 (2001) that requires auditors to evaluate the management plans to overcome financial distress of the company. The management strategy that influence the acceptance of going concern opinion involves financial based strategy such as sale of common stock strategy, issuing new debt or debt restructure, sale of fixed asset and reduction cost strategy. The use of financial condition control variable is based on the assumption that going concern opinion is given only when the company experience financial distress (McKeown et al., 1991; Behn et al., 2001). To test the hypothesis used the logistic regression towards the manufacturer which was registered in Jakarta Foreign Exchange year 2003 – 2007 and experienced financial distress by fulfilling one of the criteria, such as the following: (1) negative work capital, (2) negative equity, (3) negative operating profit and (4) negative net profit. From these criteria are obtained the sample of 275 companies. The result show that sale of common stock strategy and issuing new debt or debt restructure as mitigation factor but sale of fixed asset strategy cannot be used to predict the acceptance of going concern opinion. Otherwise, cost reduction strategy indicates contrary information in going concern opinion acceptance. This evidence gives additional evidence showing that cost of reduction strategy at financial distress company indicates that the company have financial problem.

Key words: going concern opinion, financial distress, financial based strategy financial information.

PENDAHULUAN

Teori agensi mendasari hubungan antara prinsipal dan agen, dimana pemegang saham selaku prinsipal memberikan kepercayaan kepada manajer selaku agen untuk menjalankan usahanya termasuk mengambil keputusan penting guna menjaga kontinuitas perusahaan. Selanjutnya pemegang saham akan mengevaluasi pertanggungjawaban manajemen khususnya pertanggung jawaban keuangan

melalui auditor independen yang akan melakukan proses audit yang berakhir dengan pemberian opini auditor. Bagi perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan (*financial distress*) kemungkinan untuk menerima opini *going concern* semakin besar (McKeown, et al., 1991; Behn et al., 2001). Oleh karenanya manajer akan melakukan berbagai strategi untuk tidak menerima opini *going concern* karena opini tersebut memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan akan keraguan

auditor atas kemampuan perusahaan untuk menjalankan usahanya dan lebih lanjut penerimaan opini tersebut dapat berdampak terhadap kesulitan perusahaan mencari pinjaman (Firth,1980), menurunnya harga saham (Jones,1996) dan dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan atau *self fulfilling prophecy effect* (Mutchler,1984; Hopwood et al.,1989) .

Penelitian ini dimotivasi oleh pemberlakuan Pernyataan Standar Auditing (PSA) Nomor 30 (SPAP,2001) yang mewajibkan auditor untuk mengevaluasi rencana manajemen untuk mengatasi kesulitan keuangan bagi perusahaan yang mengalami *financial distress*, demikian pula rekomendasi dari LaSalle dan Anandarajan (1996) bahwa untuk memberikan opini *going concern* auditor perlu mengevaluasi *viability strategy* atau strategi manajemen yang dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Di sisi lain Hofer (1980) yang selanjutnya dikembangkan oleh Capon (1992), Sudarsanam dan Lai (2001) dan Bruton et al. (2003) memberi bukti empiris bahwa bagi perusahaan yang mengalami *financial distress* dapat melakukan berbagai strategi yang dapat meningkatkan kinerjanya melalui strategi jangka pendek (*operational turnaround approach*) dan strategi jangka panjang (*strategic turnaround approach*).

Fenomena yang ada di Indonesia menunjukkan data perusahaan manufaktur yang mengalami *financial distress* tahun 2001 sampai dengan tahun 2005 yang menerima opini *going concern* sejumlah 41,45%, konsisten dengan hasil penelitian Ramadhany (2004) bahwa sejumlah

40,69% perusahaan yang mengalami *financial distress* menerima opini *going concern*. Dengan demikian diduga bahwa opini *going concern* yang diterima perusahaan tidak hanya didasarkan pada kondisi keuangan namun juga dipengaruhi oleh informasi yang bersifat mitigasi atau informasi baik (*good news*) yang dapat mengurangi kemungkinan penerimaan opini *going concern*. Hal ini sesuai dengan rekomendasi yang disampaikan oleh Mirna dan Indira (2007) bahwa didalam menganalisis prediksi penerimaan opini *going concern* perlu dilakukan penelitian terhadap tindakan stratejik manajemen atau *strategic action*.

Penelitian ini bertujuan memberi bukti empiris atas pertanyaan penelitian yang diajukan dengan melakukan pembuktian terhadap hipotesis tentang pengaruh strategi manajemen sebagai faktor mitigasi terhadap kemungkinan penerimaan opini *going concern*, yang meliputi strategi berbasis keuangan seperti strategi emisi saham, strategi mengeluarkan hutang baru atau melakukan restrukturisasi hutang. Disisi lain, dua strategi operasional yaitu strategi menjual aset tidak produktif dan strategi pengurangan biaya juga diduga sebagai variabel yang mempengaruhi kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

Penggunaan variabel kontrol kondisi keuangan didasarkan pada pemikiran bahwa opini *going concern* hanya diberikan pada perusahaan yang mengalami masalah keuangan / *financial distress* (McKeown et al,1991; Behn et al., 2001).

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis**Hubungan Strategi Saham dengan Opini Going Concern**

Strategi emisi saham merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan manajemen untuk mengatasi kesulitan keuangan karena tambahan modal diharapkan dapat mengakibatkan aliran kas masuk yang akan dipergunakan untuk menyelesaikan kewajiban perusahaan. Hal yang sama dikemukakan oleh Sudarsanam dan Lai (2001) bahwa strategi berbasis ekuitas dengan melakukan penambahan modal pada perusahaan yang mengalami penurunan kinerja dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Mutchler (1984; 1985) dan Mutchler *et al.* (1997) memberikan bukti empiris bahwa rencana manajemen atau *management plans* untuk mengeluarkan saham baru guna mengatasi kondisi buruk perusahaan merupakan *good news* yang menunjukkan adanya kredibilitas manajemen dalam mempertahankan kontinuitas perusahaan. Demikian pula SAS 59 (1988) maupun PSA 30 (SPAP,2001) meminta auditor untuk mengevaluasi rencana manajemen untuk mengeluarkan saham baru pada saat melakukan penugasan audit, khususnya bagi perusahaan yang mengalami masalah *going concern* atau untuk perusahaan yang mengalami *financial distress*.. Disisi lain strategi emisi saham merupakan *viability strategy* yang menunjukkan strategi untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (LaSalle dan Anandarajan,1996)

Selanjutnya, strategi tersebut akan dipertimbangkan auditor apakah strategi yang dilakukan manajemen tersebut efektif

untuk mengatasi kesulitan likuiditas, jika menurut pertimbangan auditor jumlahnya cukup signifikan untuk mengatasi kesulitan likuiditas paling tidak satu tahun yang akan datang dan diungkapkan dalam laporan keuangan sehingga dapat mengurangi keraguan auditor terhadap keberlangsungan perusahaan, maka auditor tidak akan memberi opini *going concern* (Bruynseels dan Willekens, 2006)

Uraian tersebut mendorong peneliti untuk menyusun hipotesis berikut :

H1 : Strategi emisi saham baru merupakan faktor mitigasi dalam penerimaan opini *going concern*

Hubungan Strategi Hutang dengan Opini Going Concern

Manajemen melakukan strategi penarikan pinjaman bertujuan untuk menyajikan kinerja keuangan yang dicerminkan dalam laporan keuangan tampak baik, selanjutnya, manajemen berharap atas strategi yang dilakukan dapat mengurangi keraguan auditor atas kemampuan perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidupnya sehingga dipertimbangkan sebagai faktor mitigasi dalam opini *going concern*.

Sejalan dengan uraian Ross (1977) bahwa perusahaan yang menarik hutang baru memberikan signal positif terhadap perusahaan karena memiliki kredibilitas sehingga mendapat kepercayaan dari pihak kreditor. Uraian tersebut didukung oleh temuan empirik Mutchler (1985) dan Mutchler *et al.* (1997) bahwa penarikan pinjaman dan restrukturisasi hutang merupakan *good news* yang dipertimbangkan sebagai faktor mitigasi. Konsisten dengan hasil temuan Behn *et*

al. (2001) dan Bruynseels dan Willekens (2006) yang membuktikan bahwa rencana manajemen untuk menarik kredit berpengaruh signifikan negatif terhadap penerimaan opini *going concern*.

Hasil temuan empirik Sudarsanam dan Lai (2001) memberi bukti bahwa strategi manajemen untuk menambah hutang atau melakukan restrukturisasi hutang merupakan strategi berbasis ekuitas yang dapat meningkatkan kinerja organisasi. Apabila strategi tersebut efektif mengatasi kesulitan keuangan maka hal ini akan mengurangi keraguan auditor atas kemampuan perusahaan melanjutkan usahanya maka auditor akan menunda untuk memberikan opini *going concern* (Bruynseels dan Willekens, 2006) dan pada akhirnya perusahaan akan menerima opini *non – going concern*.

Dari uraian tersebut diatas, peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H2: Strategi menambah hutang atau melakukan restrukturisasi hutang merupakan faktor mitigasi dalam penerimaan opini *going concern*.

Hubungan Strategi Menjual Aset Tidak Produktif dengan Opini *Going Concern*

Perusahaan yang mengalami laba usaha negatif menunjukkan adanya indikasi besarnya biaya usaha dibandingkan penjualannya atau terjadinya rugi bersih negatif yang menunjukkan besarnya biaya non usaha dibandingkan laba kotornya. Oleh karena itu manajemen perlu melakukan strategi untuk mengatasi kondisi tersebut karena adanya kewenangan yang diberikan pemegang saham untuk mengambil

keputusan guna menjaga keberlangsungan usaha (Jensen dan Smith, 1984).

Salah satu usaha yang dapat dilakukan manajemen adalah menjual aktiva tidak produktif yang berasal dari divisi yang tidak menghasilkan, diharapkan dengan strategi tersebut perusahaan dapat memperkecil biaya operasi yang berupa biaya penyusutan maupun biaya pemeliharaan dan disisi lain pendapatan penjualan aktiva dapat digunakan untuk memperbaiki posisi keuangan perusahaan. Uraian tersebut didukung oleh Sudarsanam dan Lai (2001) yang membuktikan bahwa perusahaan yang mengalami kondisi *financial distress* dapat melakukan pemulihan kondisinya dengan melakukan restrukturisasi aktiva dalam bentuk *assets divestment*.

SAS 59 (1988) dan PSA 30 (SPAP,2001) secara eksplisit meminta auditor untuk mengevaluasi rencana manajemen untuk menjual aktiva tidak produktif bagi perusahaan yang mengalami *financial distress* yang selanjutnya dipertimbangkan dalam keputusan opini *going concern*. Lebih lanjut dua standar tersebut memberikan petunjuk bahwa perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan dapat memperoleh aliran uang untuk mengatasi kesulitan perusahaan dengan cara menjual aktiva dari divisi, property, pabrik yang tidak menguntungkan sekaligus dapat melakukan penghematan biaya pemeliharaan dan mengurangi biaya melalui berkurangnya biaya penyusutan dan hal tersebut diharapkan dapat memperbaiki kondisi laporan keuangan.

Dengan demikian, penulis menduga bahwa perusahaan yang membuat rencana sekaligus

melakukan tindakan untuk mengatasi kesulitan keuangannya dengan melakukan penjualan aktiva merupakan upaya untuk menjaga kelangsungan hidupnya, yang menurut LaSalle dan Anandarajan (1996) merupakan *viability strategy* yang dapat dipertimbangkan auditor.

Selanjutnya strategi yang efektif akan dapat mengurangi keraguan auditor yang selanjutnyadapatmengurangikemungkinan diterimanya opini *going concern*, hal ini mendorong peneliti menyusun hipotesis berikut:

H3: Strategi menjual aset tidak produktif merupakan faktor mitigasi dalam penerimaan opini *going concern*

Hubungan Strategi Pengurangan Biaya dengan Opini *Going Concern*

Perusahaan yang mengalami *financial distress* dengan indikasi terjadinya modal kerja negatif, defisit, rugi usaha maupun rugi bersih merupakan kondisi yang dapat menimbulkan keraguan auditor atas keberlangsungan usaha suatu perusahaan dan selanjutnya dapat menyebabkan diterimanya opini *going concern* (Mutchler, 1985; PSA 30, 2001).

Kondisi tersebut mendorong manajer untuk melakukan strategi guna menghindari penerimaan opini *going concern* dengan melakukan pengurangan biaya, karena strategi ini merupakan salah satu strategi *turnaround* yang dapat memperbaiki kondisi *financial distress* (Pearce II *et al.*, 2003). Hal tersebut dilakukan dengan harapan perusahaan akan dapat mengurangi biaya operasi dan biaya non operasi yang dapat mengurangi terjadinya rugi usaha

maupun rugi bersih dan selanjutnya dapat menekan defisit yang terjadi.

Hal tersebut didukung dengan literatur strategi yang menyatakan bahwa perusahaan yang mengalami *financial distress* dapat melakukan upaya pemulihan melalui *operational turnaround* dengan menggunakan strategi pengurangan biaya (Hofer, 1980). Hal yang sama juga dikemukakan Pearce II *et al.* (2003) bahwa salah satu strategi *turnaround* yang dilakukan perusahaan adalah *cost reduction* yang meliputi pengadaan aktiva dengan cara leasing daripada membeli, memperpanjang umur mesin, mengurangi aktivitas promosi, memberhentikan sebagian pegawai, mengurangi jenis produk yang tidak menguntungkan dan memberhentikan penjualan kepada pelanggan yang memberi margin rendah.

Disisi lain SAS 59 (1988) menjelaskan bahwa strategi pengurangan biaya yang dilakukan manajemen dapat berupa program pengurangan biaya overhead atau biaya administrasi, menunda pemeliharaan aktiva, menunda proyek riset dan pengembangan, atau melakukan leasing atas aktiva dari pada membeli aktiva.

Lebih lanjut, PSA 30 (SPAP, 2001) memberi petunjuk bahwa rencana manajemen untuk melakukan pengurangan biaya perlu diungkapkan dalam penjelasan laporan keuangan termasuk rencana restrukturisasi pengurangan pengeluaran, rencana adanya tindakan pengurangan biaya dan gaji, penerapan pengurangan pegawai dan program pengurangan biaya lainnya yang diimplementasikan guna mengurangi biaya total operasi. Selanjutnya, auditor

berkewajiban untuk mempertimbangkan strategi tersebut (PSA 30, 2001) karena strategi pengurangan biaya merupakan salah satu *strategy viability* yang menunjukkan kredibilitas manajemen untuk mempertahankan usahanya (LaSalle dan Anandarajan, 1996).

Apabila strategi tersebut dipertimbangkan auditor secara efektif dapat mengatasi kesulitan keuangan maka auditor akan menunda untuk memberikan opini *going concern*, selanjutnya peneliti menyusun hipotesis:

H4: Strategi pengurangan biaya merupakan faktor mitigasi dalam penerimaan opini *going concern*.

Hubungan Variabel Kontrol dengan Keputusan Opini *Going Concern*

Keraguan yang besar terhadap kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usahanya dapat ditunjukkan dengan terjadinya kegagalan keuangan (*financial distress*) atau kondisi keuangan yang memburuk dan mempunyai kemungkinan lebih besar untuk mendapat opini *going concern* dari auditor (Altman dan McGough, 1978)

Penelitian LaSalle dan Anandarajan (1996) juga membuktikan bahwa dari 20 rasio keuangan yang digunakan auditor dalam menentukan tipe laporan auditnya, *current ratio* menempati urutan ketiga. Oleh karena itu rasio lancar yang rendah akan memperbesar kemungkinan untuk menerima opini *going concern*.

Disisi lain, kesulitan keuangan (*financial distress*) juga ditunjukkan dengan adanya ketidak mampuan perusahaan membayar

hutang jangka panjang, yang diukur dengan rasio solvabilitas yang diukur dari hutang jangka panjang dibagi dengan total aset. Kreditor jangka panjang lebih menyukai rasio solvabilitas yang kecil. Behn et.al (2001) dan Bruynseels dan Willekens (2006), membuktikan adanya hubungan positif dengan keputusan opini *going concern*, yang dapat memperbesar kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

Penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa *operating profit margin* merupakan variabel penting dalam pengukuran kinerja operasi yang dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dan efisiensi pengelolaan biaya guna mempertahankan kontinuitas usahanya. Dengan demikian semakin besar rasio ini menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik untuk menghasilkan laba sehingga tidak akan menimbulkan keraguan auditor tentang kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usahanya yang dapat memperkecil kemungkinan penerimaan opini *going concern*. Uraian tersebut didukung oleh hasil penelitian Mutchler (1984, 1985), Chen dan Church (1992), LaSalle dan Anandarajan (1996) dan Behn et.al (2001).

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengacu pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang termuat di *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)* tahun 2004 – 2008. Obyek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek

Indonesia (BEI) dari tahun 2003 sampai tahun 2007 sejumlah 759 perusahaan. Selanjutnya sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut :

1. Menerbitkan laporan keuangan yang lengkap.
2. Menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor independen dari tahun 2003 – 2007.
3. Mengalami masalah *financial distress*, minimal 1 kriteria yang ditandai dengan salah satu kondisi berikut: (1) Modal kerja negatif, (2) Saldo rugi atau defisit, (3) Laba operasi tahun berjalan negatif, dan (4) Laba bersih negatif atau perusahaan mengalami kerugian bersih.

Operasionalisasi dan pengukuran variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah opini auditor yang digolongkan sebagai opini *going concern* dan opini *non going-concern* dengan variabel independen yang terdiri dari kondisi keuangan, kegagalan hutang, ukuran perusahaan dan reputasi auditor.

Definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diuraikan sebagai berikut :

Variabel dependen.

Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan variabel dummy, untuk opini *going concern* (GCO) diberi kode 1 dan untuk opini wajar tanpa pengecualian (*clean opinion*) yang dalam penelitian ini disebut opini *non going-concern* diberi kode 0.

Variabel Independen

a. Strategi Emisi Saham

Kode 1 jika manajemen memiliki

rencana dan melakukan tindakan untuk mengeluarkan saham atau *stock option* minimal 5% dari total aktiva. Kode 0 jika tidak memiliki rencana dan melakukan tindakan tsb.

b. Strategi Hutang

Kode 1, jika manajemen menyusun rencana dan melakukan tindakan untuk menarik hutang atau melakukan restrukturisasi hutang. Kode 0 jika tidak.

c. Strategi Menjual Aktiva tidak produktif

Kode 1, jika manajemen memiliki rencana dan melakukan tindakan menjual aktiva lebih besar dari penambahan aktiva dan kode 0 jika tidak.

d. Strategi Pengurangan Biaya

Kode 1, jika manajemen memiliki rencana dan melakukan tindakan pengurangan biaya produksi dan operasi dan kode 0. jika tidak.

Variabel Kontrol

a. Rasio aktiva lancar dibagi hutang lancar (CACL)

Variabel ini menunjukkan besarnya rasio antara aktiva lancar dibagi dengan hutang lancar, yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang telah jatuh tempo dan diprediksikan memiliki arah hubungan negatif dengan opini *going concern*.

b. Rasio hutang jangka panjang dibagi total aktiva (LTDTA)

Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang, yang diukur dengan hutang jangka panjang dibagi dengan total aktiva. Rasio ini diprediksi memiliki

hubungan positif dengan kemungkinan keputusan opini *going concern*, artinya semakin tinggi rasio ini kemungkinan perusahaan untuk menerima opini *going concern* semakin besar.

c. Rasio laba bersih sebelum pajak dibagi dengan total penjualan (NIBTS)

Rasio ini disebut dengan *net profit margin*, yang merupakan salah satu rasio profitabilitas terpenting dalam menentukan tipe laporan audit. Semakin besar rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan guna mempertahankan kontinuitas usahanya, sehingga rasio ini diprediksi memiliki hubungan dengan arah negatif dengan kemungkinan keputusan opini *going concern*.

Teknik analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan uji hipotesis dengan menggunakan regresi logistik. Adapun model regresi logistik yang diajukan dalam model penelitian:

Adapun model regresi logistik yang diajukan dalam model penelitian:

$$\ln \frac{GCO}{1-GCO} = b_0 + b_1 S - Modal + b_2 S - Hutang + b_3 S - Aktiva + b_4 S - Biaya + b_5 CACL + b_6 LTDTA + b_7 NIBTS + e$$

Analisis Data dan Pembahasan Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif untuk rasio lancar (CACL), rasio hutang jangka panjang dibagi dengan total asset (LTDTA), dan *net profit margin* (NIBTS) disajikan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1.
Diskripsi Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CACL	275	.03	4.56	1.1228	.86330
LTDTA	275	.00	1.11	.2669	.25819
NIBTS	275	-1.63	.53	-.0779	.28680
Valid N (listwise)	275				

Sedangkan variabel opini, strategi emisi saham, strategi hutang, strategi penjualan aktiva dan strategi biaya diukur dengan skala nominal, tabel 4.2 berikut menyajikan frekuensi dari masing-masing variabel.

Tabel 4.2.
Distribusi Frekuensi

	FREQUENCY		PERCENT	
	Nilai 0 (dummy)	Nilai 1 (dummy)	Nilai 0 (dummy)	Nilai 1 (dummy)
Opini	161	114	58,5	41,5
S-Modal	191	84	69,5	30,5
S-Hutang	99	176	36,0	64,0
S-Aktiva	137	138	49,8	50,2
S-Biaya	99	176	36,0	64,0

Sumber : data diolah

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi logistik, pengujian dilakukan terhadap 4 hipotesis yang diajukan. Selanjutnya sebelum dilakukan uji regresi logistik, perlu dilakukan uji asumsi klasik dalam bentuk uji multikolonieritas yang bertujuan untuk menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Variabel S-Modal, S-Hutang, S-Aktiva, S-Biaya, CACL LTDTA, dan NIBTS mempunyai korelasi yang lebih kecil dari 0.9. Dengan demikian dari matrik korelasi tersebut menunjukkan bahwa antar variabel

independen tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikol .

Hasil pengujian fit model *Hosmer Lemeshow* diketahui bahwa *Chi-Square* sebesar 10.772 dengan df 8 dan tingkat signifikansi .215. Level signifikansi tersebut lebih besar dari .05 yang berarti bahwa model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan bahwa model penelitian ini adalah model yang sudah fit.

Statistik -2LogL digunakan untuk menentukan apakah model menjadi lebih baik jika ditambahkan variabel bebas, hasil statistik menunjukkan model dengan konstanta saja sebesar 373.159 apabila konstanta ditambah variabel bebas -2LogL menjadi 209.290. Hasil tersebut menunjukkan adanya penurunan -2LogL , penurunan tersebut pada *binary logistic* menunjukkan bahwa penambahan variabel independen S-Modal, S-Hutang, S-Aktiva, S-Biaya, CACL, LTDTA, dan NIBTS membuat model menjadi lebih baik .

Guna menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dilihat dari Nilai *Nagelkerke R-square* yang diinterpretasikan seperti nilai *R square* pada *multiple regression*, dalam penelitian ini diperoleh nilai *Nagelkerke R square* sebesar .605 yang memberi makna bahwa variabel S-Modal, S-Hutang, S-Aktiva, S-Biaya, CACL, LTDTA, dan NIBTS mempengaruhi keputusan opini *going concern* sebesar 60,5%. Hasil tersebut didukung oleh hasil regresi logistik dalam tabel klasifikasi yang menunjukkan estimasi yang benar untuk perusahaan sampel yang menerima

opini *going concern* (GCO) sebesar 76,3% atau secara keseluruhan tingkat ketepatan prediksi sebesar 82,2 %.

Pengujian hipotesis 1 sampai hipotesis 4 didasarkan pada hasil regresi logistik yang disajikan pada tabel 4.3. berikut :

Tabel 4.3.
Hasil Regresi logistik

	B	Wald	Sig.	Exp(B)
S-Modal	-.984	5.998	.014	.374
S-Hutang	-1.361	12.580	.000	.256
S-Aktiva	.374	1.151	.283	1.454
S-Biaya	1.662	16.950	.000	5.270
CACL	-2.562	39.433	.000	.077
LTDTA	2.863	12.549	.000	17.516
NIBTS	-4.187	19.838	.000	.015
Constant	1.006	4.030	.045	2.735
	.449			
	.605			
	Chi-square		Df	Sig
	10.772		8	.215

Sumber : data yang diolah

Persamaan regresi logistik sesuai tabel 4.3. untuk kepentingan analisis lebih lanjut, tampak sebagai berikut :

$$\text{Ln} \frac{\text{GCO}}{1-\text{GCO}} = 1006 - 0.984S - \text{Modal} - 1361S - \text{Hutang} + 0.374S - \text{Aktiva} + 1622S - \text{Biaya} - 2562\text{CACL} + 2863\text{LTDTA} - 4187\text{NIBTS}$$

a. Pembahasan Hipotesis 1

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa strategi emisi saham signifikan (sig .014) dan memiliki koefisien regresi bertanda negative (-.984), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang diajukan dapat diterima. Lebih lanjut dapat diartikan bahwa strategi emisi saham berpengaruh terhadap penerimaan

opini *going concern* dengan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengalami *financial distress* dan melakukan strategi emisi saham akan lebih kecil kemungkinannya menerima opini *going concern*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa strategi manajemen untuk emisi saham merupakan faktor mitigasi dalam penerimaan opini *going concern*.

Penerimaan hipotesis 1 tersebut mendukung konsep hubungan keagenan, dimana manajer sebagai agen yang diberikan kepercayaan oleh pemegang saham untuk mengambil keputusan penting dalam upaya menjaga kelangsungan usaha perusahaan. Oleh karenanya, pada saat perusahaan mengalami kesulitan keuangan maka manajemen akan melakukan upaya untuk emisi saham untuk memperbaiki posisi likuiditas maupun memperbaiki kondisi ekuitas negatif sehingga dapat mengurangi keraguan auditor atas kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usahanya.

Temuan empiris tersebut juga mendukung Pernyataan Standar Auditing No. 30 (SPAP, 2001) paragraf 7 huruf d yang menyatakan bahwa auditor diminta untuk mengevaluasi rencana manajemen untuk emisi saham yang dapat dipertimbangkan sebagai faktor mitigasi dalam membuat keputusan opini *going concern*. Konsisten dengan hasil penelitian Sudarsanam dan Lai (2001) yang membuktikan bahwa perusahaan yang mengalami *financial distress* akan memulihkan kondisi kesulitan keuangannya dengan melakukan strategi berbasis ekuitas. Strategi ekuitas dilakukan perusahaan yang mengalami *financial distress* karena adanya tekanan dari kreditur berkaitan dengan keamanan

pinjamannya. Dengan demikian, langkah manajemen untuk melakukan strategi tersebut dapat mengurangi tuntutan kreditur sehingga mempengaruhi keraguan auditor atas kemampuan perusahaan dalam melanjutkan usahanya.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan empiris Behn *et al.* (2001) yang membuktikan bahwa rencana manajemen untuk emisi saham menunjukkan hasil signifikan negatif dalam menjelaskan penerimaan opini *going concern* dan Mutchler (1985) yang membuktikan bahwa strategi manajemen untuk menambah modal dengan emisi saham baru merupakan *good news* yang berfungsi sebagai faktor mitigasi dalam mengurangi kemungkinan penerimaan opini *going concern*. Selain itu, strategi ini menunjukkan adanya kredibilitas manajemen untuk memperoleh kepercayaan dari pemegang saham (LaSalle dan Anandarajan, 1996).

b. Pembahasan Hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa strategi hutang berpengaruh signifikan negatif terhadap kemungkinan penerimaan opini *going concern* sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Hal tersebut memberikan makna bahwa perusahaan yang melakukan strategi manajemen untuk menarik hutang atau melakukan restrukturisasi hutang pada perusahaan yang mengalami *financial distress* dapat mengurangi kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

Temuan penelitian ini mendukung konsep yang dikemukakan oleh Gilson (1990) bahwa restrukturisasi hutang merupakan transaksi yang merubah kontrak hutang

dengan kontrak baru yang memiliki satu atau lebih karakteristik (1) mengurangi bunga atau pokok pinjaman, (2) memperpanjang jatuh tempo, (3) merubah hutang menjadi ekuitas. Dengan demikian, apabila perusahaan sudah disetujui untuk melakukan restrukturisasi hutang berarti kewajiban perusahaan kepada kreditur menjadi berkurang akibat adanya pengurangan pokok dan bunga pinjaman. Selain hal tersebut, perusahaan juga dapat mengatur likuiditasnya karena diberikan perpanjangan jatuh tempo. Beban yang semakin berkurang tersebut dapat menekan tingkat *financial distress* sehingga pada kondisi tertentu dapat mengurangi keraguan auditor akan kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usahanya dan dapat berakibat tidak diberikannya opini *going concern*.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Mutchler *et al.* (1997) bahwa strategi untuk melakukan restrukturisasi hutang dan melakukan penarikan kredit baru merupakan *goodnews* yang dipertimbangkan auditor sebagai *mitigating factor*. Hal yang sama dikemukakan oleh LaSalle dan Anandarajan (1996), strategi untuk menarik hutang dan melakukan restrukturisasi hutang diidentifikasi sebagai *goodnews* yang dapat membedakan tipe laporan audit sekaligus merupakan *strategic viability* yang dilakukan manajemen untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Behn *et al.* (2001) bahwa strategi menarik pinjaman menunjukkan hasil yang signifikan negatif pada tingkat signifikansi 10%.

Konsisten dengan temuan empirik LaSalle dan Anandarajan (1996) bahwa strategi

hutang menunjukkan adanya kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan atau menunjukkan adanya kredibilitas manajemen yang selanjutnya dapat dipertimbangkan dalam penentuan opini audit.

c. Pembahasan Hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis 3 membuktikan bahwa strategi untuk menjual aktiva tidak produktif tidak mempengaruhi penerimaan opini *going concern*. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat signifikansi variabel strategi aktiva lebih besar dari 5%, yaitu sebesar .374. Tanda koefisien regresi menunjukkan tanda negatif seperti hipotesis yang diajukan, namun melihat tingkat signifikansi pada hasil regresi logistik menunjukkan variabel strategi aktiva tidak signifikan.

Hipotesis ini mengharapkan perusahaan *financial distress* dapat menjual aktiva yang tidak produktif guna mengurangi biaya modal serta memperoleh uang kas yang diharapkan dapat mengatasi kesulitan keuangannya. Apabila jumlahnya efektif untuk mengatasi kesulitan keuangan maka auditor tidak mengeluarkan opini *going concern* tetapi sebaliknya jika jumlahnya tidak dapat menutup kesulitan keuangan maka strategi ini tidak dapat mempengaruhi kemungkinan penerimaan opini *going concern*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi ini tidak dapat membuktikan hipotesis yang diajukan.

Penolakan hipotesis 3 mengindikasikan bahwa penjualan aktiva yang tidak produktif pada perusahaan yang mengalami *financial distress* dipandang sebagai upaya pemulihan jangka pendek yang tidak

mampu memberikan perubahan dalam perusahaan (Barker III dan Duhaime, 1997). Temuan empiris tersebut juga didukung oleh penelitian Behn et al, (2001) yang menguji rencana manajemen sebagai *mitigating factor* hasilnya tidak signifikan karena pengujian dilakukan secara bersama dengan strategi pengurangan biaya dan justru menunjukkan koefisien regresi bertanda positif yang mengindikasikan bahwa strategi penjualan aktiva merupakan *contrary information*. Dengan demikian strategi menjual aktiva tidak produktif tidak mempengaruhi penerimaan opini *going concern* dan juga tidak berfungsi sebagai faktor mitigasi karena auditor beranggapan bahwa strategi menjual aktiva yang merupakan bagian dari *operating turnaround* tidak mampu mengatasi pemulihan perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan.

d. Pembahasan Hipotesis 4

Hasil regresi logistik memberi bukti empiris besarnya koefisien regresi sebesar 1.662 dan tingkat signifikansi sebesar .000. Hal ini membuktikan bahwa strategi pengurangan biaya pada perusahaan *financial distress* justru menunjukkan bahwa perusahaan sedang menghadapi masalah *going concern* sehingga strategi pengurangan biaya tidak berfungsi sebagai faktor mitigasi tetapi justru meningkatkan kemungkinan penerimaan opini *going concern* atau disebut sebagai *contrary information*.

Apabila dikaitkan dengan opini audit, strategi pengurangan biaya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan operasi sehingga tidak menimbulkan keraguan auditor atas kelangsungan usaha perusahaan

yang pada akhirnya dapat mempengaruhi opini audit yang diterima. Namun demikian, bukti empiris menunjukkan bahwa strategi ini memperkuat dugaan perusahaan sedang menghadapi masalah *going concern* yang pada akhirnya dapat menimbulkan kesangsian akan kemampuan perusahaan melanjutkan usahanya sehingga berdampak pada meningkatnya kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

Temuan penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Geiger dan Rama (2003) yang memberi bukti empiris bahwa strategi untuk mengurangi biaya bukan merupakan *mitigating factor* tetapi justru memperbesar kemungkinan penerimaan opini *going concern*. Konsisten dengan hasil penelitian Bruynseels dan Willekens (2006) yang membuktikan bahwa strategi pengurangan biaya yang meliputi pengurangan biaya operasi maupun pemberhentian pegawai bukan merupakan *mitigating factor* tetapi justru memperkuat adanya indikasi bahwa perusahaan sedang menghadapi masalah *going concern*, hal ini ditunjukkan dengan *p-value* sebesar .0702 atau signifikan pada level 10% dan koefisien bertanda positif.

Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa perusahaan yang sedang mengalami kesulitan keuangan dapat melakukan strategi pengurangan biaya seperti penggabungan lokasi area produksi dalam satu area untuk peningkatan efisiensi biaya, pengurangan tenaga kerja akibat ditutupnya lokasi pabrik atau program pengurangan biaya melalui restandarisasi *material cost*, *operational cost* dan *re-lay out* terhadap mesin dan aktivitas produksi. Strategi tersebut dipandang oleh auditor sebagai strategi yang menunjukkan adanya signal

bahwa perusahaan sedang mengalami masalah *going concern* yang berdampak pada meningkatnya kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

e. Pembahasan Variabel Kontrol

Rasio Likuiditas

Hasil pengujian koefisien regresi terhadap variabel rasio likuiditas yang dicerminkan dengan rasio antara aktiva lancar dibagi hutang lancar memiliki tingkat signifikansi sebesar .000 dan koefisien regresi sebesar - 2.562. Hal ini dapat dijelaskan bahwa rasio lancar mempengaruhi keputusan opini *going concern* dengan arah negatif yang berarti semakin tinggi rasio lancar kemungkinan penerimaan opini *going concern* semakin kecil.

Hasil penelitian ini mendukung Purba (2006) bahwa rasio lancar merupakan rasio penting yang dipertimbangkan auditor pada saat membuat keputusan opini *going concern*, konsisten dengan temuan Mutchler (1985) bahwa rasio lancar (CACL) digunakan auditor dalam membuat keputusan opini *going concern*. Demikian pula Behn et al. (2001), membuktikan bahwa rasio lancar sebagai variabel kontrol merupakan variabel keuangan yang signifikan dalam menjelaskan keputusan opini *going concern* pada perusahaan yang mengalami *financial distress*. Penelitian yang telah dilakukan di Indonesia membuktikan bahwa rasio lancar merupakan salah satu dari 26 rasio keuangan yang memiliki peran penting dalam membedakan perusahaan yang pailit dan non pailit (Hadad, dkk, 2003).

Rasio solvabilitas

Hasil regresi logistik menunjukkan tingkat signifikansi variabel LTDTA sebesar .000

dengan koefisien regresi sebesar 2.813. Temuan empiris tersebut memberikan makna bahwa kondisi solvabilitas perusahaan dapat mempengaruhi keputusan opini *going concern* dan arah positif menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio solvabilitas (LTDTA) kemungkinan penerimaan opini *going concern* semakin besar.

Temuan empiris variabel LTDTA konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen dan Church (1992) dan Mutchler (1997) membuktikan bahwa rasio hutang jangka panjang dibagi total aktiva (LTDTA) merupakan pengukuran kesehatan keuangan suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan opini *going concern*. Konsisten dengan Behn et al. (2001) yang memberi penjelasan bahwa rasio LTDTA yang besar menunjukkan semakin kecilnya aktiva yang didanai oleh pemilik dan resiko bagi kreditur jangka panjang semakin besar, yang selanjutnya besarnya resiko tersebut dapat menimbulkan kesangsian auditor akan kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usahanya.

Rasio Profitabilitas

Pengujian koefisien regresi terhadap variabel rasio laba bersih sebelum pajak dibagi total penjualan (NIBTS) mempunyai nilai *Wald* 19.838 dengan koefisien regresi -4.187 dan tingkat signifikansi sebesar .000. Hasil ini menunjukkan bahwa kondisi profitabilitas perusahaan mempengaruhi keputusan opini *going concern* dan koefisien regresi dengan arah negatif memberi makna bahwa semakin besar laba bersih sebelum pajak kemungkinan penerimaan opini *going concern* semakin kecil.

Konsisten dengan hasil penelitian Mutchler (1985) dan Chen dan Church (1992) bahwa rasio ini signifikan untuk memprediksi keputusan opini *going concern*. Demikian pula Behn et al. (2001) membuktikan bahwa NIBTS signifikan dalam menjelaskan perbedaan antara perusahaan yang mengalami *financial distress* yang memperoleh opini *going concern* dengan perusahaan yang mengalami *financial distress* tetapi tidak memperoleh opini *going concern* dan ditemukan pula NIBTS menunjukkan hasil yang signifikan negatif dengan prediksi keputusan opini *going concern*.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa strategi emisi saham baru dan strategi menarik hutang atau melakukan restrukturisasi hutang merupakan faktor mitigasi dalam penerimaan opini *going concern*, hal ini memberikan bukti bahwa perusahaan yang sedang mengalami *financial distress* dapat mengatasi kesulitan keuangannya dengan melakukan dua strategi tersebut guna menghindari diterimanya opini *going concern*.

Sedangkan strategi menjual aktiva produktif tidak mempengaruhi penerimaan opini *going concern*, sebaliknya strategi pengurangan biaya bagi perusahaan *financial distress* justru dapat menambah keraguan auditor akan keberlangsungan usaha sehingga justru merupakan *contrary factor* yang dapat memperbesar kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

Ketiga variabel kontrol, yang terdiri dari rasio likuiditas, solvabilitas dan

profitabilitas menunjukkan hasil yang signifikan atau ketiga variabel tersebut dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan penerimaan opini *going concern*.

Implikasi Hasil

Implikasi teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya tentang variabel –variabel yang mempengaruhi keputusan opini *going concern*, khususnya variabel strategi emisi saham dan strategi hutang sedangkan variabel strategi aktiva dan biaya perlu diteliti lebih lanjut.

Implikasi praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi auditor agar lebih cermat dalam memperhatikan strategi yang dilaksanakan manajemen dalam mengatasi kesulitan keuangan perusahaan. Dengan demikian, manajemen perlu menjaga kondisi rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas dan mengupayakan berbagai strategi untuk mengatasi kesulitan keuangan perusahaan sehingga manajemen dapat menghindari penerimaan opini *going concern*.

Implikasi kebijakan, khususnya bagi pemegang saham dan calon kreditur, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan *warning* bahwa opini *going concern* yang diterima perusahaan merupakan sinyal adanya keraguan auditor akan kelangsungan usaha perusahaan. Disamping itu opini yang diterima perusahaan dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajer agar manajemen dapat memperbaiki kondisi keuangan tahun berikutnya.

Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Penelitian Berikutnya

Penelitian ini menguji rencana manajemen dalam mengatasi kesulitan keuangan sesuai PSA 30 (SPAP,2001), yang secara eksplisit menyatakan bahwa sebelum membuat keputusan opini *going concern*, auditor perlu memperhatikan rencana manajemen untuk mengatasi kesulitan keuangan yang ada. Disarankan penelitian berikutnya dapat menambah variabel skala perusahaan dan kualitas auditor.

Daftar Pustaka

- AICPA. 1988. The Auditor's Considerations of an Entity's Ability to Continue as a Going-Concern. **Statement on Auditing Standards No.59**. Auditing Standards Board (ASB).
- Altman E, dan McGough, 1978. "Evaluation of a Company as a Going Concern", *Journal of Accountancy*. December:51-57
- Behn, B.K., Kaplan, E.S dan Krunwiede, K.R. 2001. "Further Evidence on the Auditor's Going-Concern Report : The Influence of Management Plans", *Auditing : Journal of Practice and Theory*. March. Vol 20. No.1.
- Bruton, G.D., Ahlstrom, D. dan Wan, J. 2003. "Turnaround in East Asian Firms: Evidence from Ethnic Overseas Chinese Communities". **Strategic Management Journal**. 24(6). 519-540.
- Bruynseels, Liesbeth dan Willekens, M. 2006. Strategic Viability and Going-Concern Audit Opinion. Marleen.willekens@econ.kuleuven.be
- Capon, N., Farley, J.U, Lehman, R.D dan Hubert, M.J. 1992. "Profile of product innovators among large US Manufacturers". **Management Science**. 38(2).157-169
- Chen, K.C.W. dan Church, K.B. 1992. "Default on debt obligations and the issuance of opinion going Concern", *Auditing: a. Journal of Practice and Theory*. 11(2): 11-23.
- Firth, M. 1978. "Qualified Audit Reports: Their Impact on Investment Decisions". **The Accounting Review**. Vol 53 No.3. July : 642-650
- Gilson, S.C. 1989. "Management Turnover and Financial Distress". **Journal of Financial Economics**. 25. pp 241-262.
- Hofer, C.W. 1980. "Turnaround Strategies". **Journal of Business Strategy** . 1(1), 19-31.
- Hopwood, W.J., McKeown dan Mutchler, J. 1989. "A test of the Incremental explanatory power of opinions qualified for consistency and uncertainty". **The Accounting Review**. January : 28-48
- Imam Ghazali.. 2006, *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Third Edition . Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- MD Hadad, et al. 2003. *Indikator Kepailitan di Indonesia : An Additional Early Warning Tools pada Stabilitas Sistem Keuangan* . Desember.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2001. *Pertimbangan Auditor Atas Kemampuan Satuan Usaha Dalam Mempertahankan Kelangsungan Hidupnya*, PSA No. 30,

- Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP). Jakarta.
- Jensen.,M.C dan Smith.Jr. 1984. **Modern Theory of Corporate Finance**. McGraw-Hill,Inc.,USA.
- LaSalle, R.E., dan Anandarajan,A. 1996. "Auditor's view on the type of audit report issued to entities with going concern uncertainties". *Accounting Horizons*. 10 (June): 51-72
- McKeown,J.C., Mutchler,F.J. dan Hopwood,W. 1991 a. "Towards an explanation of auditor failure to modify the audit opinion of bankrupt companies". *Auditing: A Journal of Practice and Theory* . Vol 10. Supplement : 1-17.
- Mirna,P. dan Indira. 2007. "Analisis Pengaruh Kualitas Audit, *Debt Default* dan *Opinion Shopping* terhadap penerimaan Opini *Going Concern*". SNA 10 Makasar. Juli.
- Mutchler,F.J 1984. "Auditors' Perceptions of the Going-Concern Opinion Decision". *Auditing : Journal of Practice & Theory*. Vol 3 No.2. Spring, pp 17-30.
- _____. 1985. "A multivariate analysis of the auditor's going concern opinion decision". *Journal of Accounting Research*. 23(2), 668-82.
- _____. 1997. "The Influence of Contrary, Information's and Mitigating Factors: on Audit Opinion Decision on Bankrupt Companies" . *Journal of Accounting Research*. Vol. 35. No. 2. Autumn , pp 295-310
- Pearce II., Robinson,A.J dan Richard.B. 2003. **Strategic Management : Formulation, Implementation and Control**. Eight Edition. Mc.Graw-Hill Companies,Inc. New York-.
- P M. Purba. 2006. *Asumsi Going Concern : Implikasi Akuntansi dan Auditing Ditinjau dari Prinsip akuntansi, Standar Auditing dan Undang-Undang No.37 Tahun 2004*. Natha Gemilang-Jakarta.
- Ramadhany. 2004. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Opini *Going Concern* pada Perusahaan Manufaktur yang Mengalami *Financial Distress* di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Maksi*. Vol.4. Agustus.
- Ross,S., 1977. "The Determination of financial structure : The Incentive signaling approach". *Bell Journal of Economics*. 8. 23-40.

LAMPIRAN

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	209.290 ^a	.449	.605

a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	10.772	8	.215

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	S_MODAL	-.984	.402	5.998	1	.014	.374
	S_HUTANG	-1.361	.384	12.580	1	.000	.256
	S_AKTIVA	.374	.349	1.151	1	.283	1.454
	S_BIAYA	1.662	.404	16.950	1	.000	5.270
	CACL	-2.562	.408	39.433	1	.000	.077
	LTDTA	2.863	.808	12.549	1	.000	17.516
	NIBTS	-4.187	.940	19.838	1	.000	.015
	Constant	1.006	.501	4.030	1	.045	2.735

a. Variable(s) entered on step 1: S_MODAL, S_HUTANG, S_AKTIVA, S_BIAYA, CACL, LTDTA, NIBTS.

Pengaruh Isi Pesan, Sumber Pesan, Dan Insentif Pada Sikap Konsumen Terhadap Sms Advertising

Anggi Surya Saputra

Yenny Purwati

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana

o2k_cunss@yahoo.co.id

yenny.purwati@yahoo.com

Abstract

The rapid proliferation of mobile phones and other mobile devices has created a new channel for marketing. Mobile advertising has emerged as one of the most popular application in mobile commerce, particularly in the form of SMS advertising. This research investigates the influence of message content, message source, and incentive on consumer attitudes toward SMS advertising. An empirical method is used and three hypotheses are tested. Our findings confirmed the three hypotheses. The analysis is based on a consumer survey. For this purpose a judgemental sampling of 200 cellular phones users in Semarang has been assessed. The results indicate (1) consumer give a great attention toward the entertainment aspect on message content which in further lead to positive attitudes toward sms advertising; (2) message source is the most important factor affecting consumer attitudes toward sms advertising; (3) incentives that offer monetary incentives such as pulse and free minutes lead to more positive attitudes to receive and read SMS advertising

Keywords: content, source, incentives, SMS advertising, attitude

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pengguna telepon yang sangat pesat dari 1,5 miliar pengguna pada tahun 2000 menjadi 6 miliar pengguna pada tahun 2011 (www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/) mendorong berkembangnya *mobile commerce*. Pemasar memandang telepon seluler sebagai sarana yang potensial dalam memasarkan produk dan jasa. SMS (*short message service*) merupakan salah fitur dari telepon seluler yang paling banyak digunakan oleh pengguna telepon seluler. World Panel Com tech mengemukakan tingkat penggunaan SMS yang tinggi memberikan peluang bagi pemasar untuk mengiklankan barang, jasa, dan ide kepada

konsumen melalui SMS advertising (<http://www.mobilemarketingmagazine.co.uk/content/shopping-2012-style>). Hal ini juga diperkuat oleh Buckely (2007) dalam Kim dkk (2009) yang menyatakan bahwa SMS advertising merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan pemasaran.

Rohit Dadwal, MMA managing Director Mobile Marketing Association's Asia Pacific, mengatakan Indonesia merupakan pasar yang potensial untuk SMS advertising dikarenakan pertumbuhan pengguna telepon seluler di Indonesia cukup tinggi (<http://mobithinking.com/mobile-asia-pacific-mma-interview>).

Hal ini juga didukung oleh Tri Meyliana Sadewi, *Account Manager BuzzCity Pte Ltd* yang mengatakan bahwa pasar SMS *advertising* di Indonesia sangat besar dengan rata-rata pengguna telepon seluler mencapai 90% jumlah penduduk Indonesia (http://www.ipotnews.com/index.php?level2=&level3=&level4=&news_id=319621&group_news=CLIPPING&taging_subtype=COMPANYNEWS&popular=&search=y&q=buzzcity). Pada tahun 2011 Indonesia menduduki peringkat kedua setelah India dengan 3760 juta SMS *Advertising* yang terkirim (<http://www.indotelko.com/2011/12/2012-mobile-advertising-diperkirakan-berkibar/>).

Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap *SMS advertising* antara lain isi pesan, *endorser*, struktur pesan, format pesan, sumber pesan, gangguan (*irritation*), kredibilitas (*credibility*), insentif, lokasi, waktu, keterlibatan produk, merek, kontrol konsumen, tingkat pendidikan (Jin-Tsann Yeh dan Chyong-Ling Lin, 2009; Sophianto, 2009; Drossos dkk, 2006; Dickinger dkk, 2004; Al-alak & Alnawas, 2010; Sari, 2010; Tsang dkk, 2004). Sari (2010) menyatakan dalam aspek hiburan (*entertainmet*) dan aspek informasi dalam isi pesan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan *SMS advertising*.

Penelitian yang dilakukan oleh Drossos dkk (2009) menyatakan hal yang berbeda. Drossos dkk (2009) menemukan bahwa aspek informasi dalam isi pesan *SMS advertising* berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen akan *SMS advertising*.

Kontradiksi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh isi pesan terhadap sikap konsumen akan *SMS advertising* mendorong peneliti untuk meneliti ulang pengaruh isi pesan terhadap sikap konsumen akan *SMS advertising*.

Variabel sumber pesan mengukur tingkat kepercayaan konsumen terhadap pengirim *SMS advertising*. Menurut Nielsen (2009) dalam Muzaffar & Kamran (2010) tingkat kepercayaan dari *SMS advertising* masih sangat rendah dibandingkan model periklanan lainnya. Di Indonesia sendiri telah banyak penipuan atas nama operator telepon seluler (Sophianto, 2009). Pada tahun 2011 telah terjadi 412.675 kasus penipuan SMS lewat telepon seluler di Indonesia (<http://www.solopos.com/2011/ekonomi-bisnis/perbankan-siapkan-call-centre-kasus-penipuan-118835>). Tingginya jumlah penipuan melalui SMS di Indonesia mendorong peneliti meneliti pengaruh sumber pesan terhadap sikap konsumen akan *SMS advertising*. Penelitian Sophianto (2009) menyatakan sumber pesan yang berasal dari operator lebih dapat dipercaya konsumen tentang kebenaran pesan. Sumber pesan yang terpercaya dapat memberikan efek positif kepada konsumen. Carrol dkk (2006) mengatakan konsumen lebih percaya kepada operator dari pada pihak lain dalam hal ini orang-orang yang bermaksud tidak baik seperti menipu dengan cara mengirimkan *SMS advertising*.

Variabel ketiga yang diteliti dalam penelitian ini adalah insentif. Insentif dapat mengurangi dampak negatif sikap konsumen terhadap *SMS advertising* serta dapat memberikan stimulus tambahan

agar konsumen merespon *SMS advertising* (Drossos dkk, 2006), sehingga pemberian insentif akan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan *SMS advertising*.

Lebih lanjut Drossos dkk (2009) menyatakan ketidaksesuaian dengan apa yang dijanjikan tentang pemberian insentif dalam *SMS advertising* akan menyebabkan konsumen bersikap negatif akan *SMS advertising*. Dickinger dkk (2004) mengatakan pemberian insentif adalah cara yang sukses untuk menarik dan mempertahankan pelanggan telepon seluler. Operator seluler menawarkan insentif kepada pelanggan untuk mendorong supaya mereka merespon *SMS advertising* (Al-alak & Alnawas, 2010).

Dalam penelitian ini, penulis memilih remaja sebagai obyek penelitian karena menurut Dickinger dkk (2004) tentang usia pengguna SMS terbanyak adalah remaja yang berusia berkisar antara 18-29 tahun. Adapun operator seluler yang diteliti adalah IM3 karena IM3 merupakan operator telepon seluler yang pangsa pasar terbesarnya adalah remaja (<http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/78223>).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS *SMS Advertising*

Kavassalis dkk, (2003) dalam Waltd dkk (2009) menyatakan *SMS advertising* adalah layanan SMS yang dikirimkan ke telepon seluler konsumen untuk memberi informasi tentang barang, jasa, dan ide. Menurut Tsang dkk (2004) *SMS advertising* memiliki beberapa kelebihan sebagai berikut:

1. Pesan yang dikirimkan kepada konsumen lebih personal seperti halnya pemasaran tradisional (*door to door*) yang langsung kepada konsumen.
2. Lebih mudah mengirimkan melalui *SMS advertising* karena tidak perlu banyak perangkat untuk menyampaikan pesan.
3. *SMS advertising* langsung sampai kepada konsumen dan tidak menjadi sia-sia.
4. *SMS advertising* dikirimkan secara massal kepada semua konsumen dari operator yang digunakannya.

Selain memiliki kelebihan seperti diatas *SMS advertising* juga memiliki kekurangan dibandingkan media iklan lain (Dickinger dkk, 2004) yaitu:

1. Pesan yang disampaikan terbatas, karena iklan tidak bisa panjang seperti model iklan lainnya terbatas hanya pada 160 karakter saja dan berupa tulisan saja.
2. Rentan ketidakpercayaan konsumen. Hal ini mengacu tingkat kredibilitas dari sumber pesan tersebut dan dianggap sebagai sebuah *spam*.
3. *SMS advertising* lebih banyak dianggap sebagai sebuah gangguan yang mengganggu privasi konsumen.

Sikap Konsumen

Menurut Notoatmodjo (1997:130), sikap konsumen adalah merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap biasanya terbentuk dari pengalaman pribadi, sikap juga dapat terbentuk dari adanya informasi yang didapat dari orang lain yang memiliki pengaruh.

Menurut Du Plessis dan Rousseau, (2007: 194-197), sikap konsumen terdiri dari tiga

komponen yaitu:

1. *Cognition*: berhubungan dengan pengenalan dan pengetahuan obyek beserta atributnya
2. *Affect*: memberikan tanggapan tentang perasaan terhadap obyek dan atributnya
3. *Conation*: seseorang memiliki minat atau tindakan dalam sebuah perilaku

Prasetijo dalam Sophianto (2009) menyatakan *cognition* seringkali disebut dengan tingkat kepercayaan/*belief* yang terkait dengan sumber pesan dari SMS *advertising*. Al-Alak & Alnawas (2010) menyatakan aspek *affect* yang penting bagi sebuah iklan untuk mempengaruhi sikap konsumen karena berhubungan dengan perasaan seseorang terhadap iklan. Aspek *conation* berhubungan dengan pemberian insentif pada SMS *advertising*, menurut Drossos dkk (2006) insentif dapat mengurangi dampak negatif dari sikap konsumen terhadap SMS *advertising* karena insentif bersifat memberikan stimulus kepada konsumen.

Pengaruh Isi Pesan SMS terhadap Sikap Konsumen akan SMS Advertising

Isi pesan yang baik adalah isi pesan yang menghibur, dan bersifat informasi (Al-Alak & Alnawas, 2010; Sophianto, 2009; Jin-Tsann Yeh & Chyong-Ling Lin, 2009). Menurut Ducoffe (1996:22-23) dalam Waldt dkk (2009) iklan yang bersifat informatif didefinisikan sebagai kemampuan sebuah iklan menginformasikan kepada konsumen tentang produk sehingga konsumen mendapatkan kepuasan terbesar mereka sedangkan iklan yang bersifat menghibur didefinisikan sebagai kemampuan sebuah iklan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan perasaan (*emotional*). Konsumen

akan merespon positif SMS *advertising* jika konsumen menganggap SMS tersebut bersifat informatif (Doherty, 2007 dalam Al-alak & Alnawas (2010)). Menurut Al-alak & Alnawas (2010), konsumen yang merasa terhibur dengan isi SMS *advertising* akan merespon positif terhadap SMS *advertising*. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H1: Isi pesan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*

Pengaruh Sumber Pesan terhadap Sikap Konsumen Akan SMS Advertising

Sumber pesan adalah pesan-pesan yang berasal dari sumber terpercaya dan sifatnya lebih persuasif terhadap konsumen (<http://id.shvoong.com/business-management/advertising-press-release/2187051-pengertian-pesan-iklan/#ixzz1nsVzdHKx>). Menurut Sophianto (2009) sumber pesan yang baik adalah sumber pesan yang memiliki kredibilitas yang dapat dipercaya. Menurut Sari (2010) iklan yang memiliki kredibilitas yang tinggi dimata konsumen bisa diartikan bahwa isi iklan yang di sampaikan melalui SMS *advertising* benar apa adanya.

Konsumen lebih percaya SMS *advertising* yang dikirimkan oleh operator telepon atau pun perusahaan yang bekerjasama dengan operator daripada pihak lain yang menggunakan nomer biasa untuk mengirimkan SMS *advertising*. Menurut GoldSmith dkk (2000) dalam Haghirian & Maldberger (2005) tingkat kredibilitas SMS *advertising* dipengaruhi oleh kredibilitas dari operator atau pun instansi yang mengirimkan SMS *advertising*. Jika konsumen merasa sumber pesan tidak

memiliki kredibilitas maka konsumen akan bersifat negatif terhadap iklan tersebut (Dahlén & Nordfält, 2004 dalam Drossos dkk, 2009).

Beberapa penelitian mengemukakan bahwa sumber pesan yang berasal dari operator atau instansi yang memiliki kredibilitas akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising* (Sophianto, 2009; Al-alak & Alnawas, 2010; Carrol dkk, 2007; Haghirian & Maldberger, 2005; Drossos dkk, 2009). Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H2: Sumber pesan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan sms *advertising*

Pengaruh Insentif terhadap Sikap Konsumen Akan SMS Advertising

Insentif menurut Dessler (1997:141) dalam Al-Alak & Alnawas (2010) merupakan suatu program yang memberikan pemasukan lebih seperti bonus. Menurut Tsang dkk (2004) *incentive based advertising* merupakan suatu penyediaan penghargaan (*financial reward*) khusus yang diberikan kepada individu yang bersedia menerima promosi dan kampanye iklan. Dickinger dkk (2004) menyatakan bahwa pengiriman permainan dan insentif untuk konsumen adalah cara yang sukses untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Beberapa penelitian mengemukakan bahwa pemberian insentif mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising* (Sari, 2010; Drossos dkk, 2006). Konsumen lebih merespon dan suka bila diberikan insentif berupa bonus, diskon dari perusahaan yang mengirimkan SMS *advertising*. Menurut

Tsang dkk (2004), 56% konsumen akan menerima SMS *advertising* bila terdapat pemberian insentif. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H3: Insentif berpengaruh positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen IM3 di Semarang. Menurut Maholtra (1999:332), penelitian ini dapat digolongkan sebagai *Test Marketing Studies* sehingga penulis menggunakan sampel sebanyak 200 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria peneliti terhadap sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen telepon seluler yang berusia 18 -29 tahun, pernah menerima SMS *advertising* dalam 6 bulan terakhir, dan menggunakan provider telepon operator INDOSAT dalam hal ini IM3 minimal 1 tahun.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Penyebaran kuesioner dilakukan pada mahasiswa, tempat-tempat umum yang sekiranya banyak orang yang memiliki kriteria yang telah ditentukan.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh dari masing-masing variabel yang memengaruhi sikap konsumen yaitu isi pesan, sumber pesan, insentif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita (54.5%). Hal ini merupakan kebetulan semata karena responden yang ditemui dan memenuhi kriteria penelitian dalam penyebaran kuesioner mayoritas adalah wanita. Lebih dari 50% responden merupakan mahasiswa. Hal ini terkait dengan penentuan kriteria usia dalam pemilihan sampel penelitian yaitu 18 s/d 29 tahun dengan mayoritas responden (53% berada pada rentang usia 23 s/d 27 tahun. Dalam hal tingkat pendidikan mayoritas adalah siswa lulusan SMA (71%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki nilai *corrected item to total correlation* lebih dari 0,117 (rtabel) dan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.6 sehingga bisa disimpulkan bahwa semua variabel valid dan reliabel dan dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil regresi berganda tabel 1 terlihat bahwa ketiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising* yang dilakukan oleh IM3. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi isi pesan sebesar 0,024; nilai signifikansi sumber pesan sebesar 0,000 dan nilai signifikansi insentif sebesar 0,000. Ketiga variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Tabel 1.

Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coef	Std. Coef	t	Sig.
B		Std. Error	Beta	
1	(Constant) -1.992	1.076	-1.851	.066
	Insentif .406	.055	.402	7.342 .000
	Sumber .584	.065	.450	8.987 .000
	Isi .114	.050	.130	2.272 .024

a. Dependent Variable: Total_Sikap

Dari tabel 1 di atas terlihat bahwa sumber pesan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising* dibanding faktor isi pesan dan insentif. Hal ini terkait dengan semakin maraknya penipuan yang terjadi melalui SMS *advertising* sehingga konsumen cenderung tidak asal percaya pada pesan pemasaran yang ia terima melalui SMS *advertising*. Sebanyak 55% responden menyatakan setuju bahwa identitas pengirim pesan harus mencerminkan sumber pesan yang terpercaya dimana dalam hal ini penggunaan nomor atau nama tertentu yang mencerminkan bahwa SMS *advertising* yang ia terima merupakan SMS *advertising* yang benar – benar dikirim oleh operator IM3. Sebanyak 60.5% responden menyatakan setuju dengan penggunaan nama INDOSAT sebagai pengirim pesan menumbuhkan kepercayaan mereka bahwa SMS *advertising* yang mereka terima dapat dipercaya.

Faktor isi pesan memberikan pengaruh terbesar kedua terhadap sikap konsumen pada SMS *advertising* yang dilakukan oleh IM3. Dalam hal isi pesan, lebih dari

40% responden menyatakan setuju bahwa SMS *advertising* yang dikirim oleh IM3 menggunakan kata – kata yang mudah diingat dan bersifat menghibur. Sebanyak 46% responden menilai bahwa isi pesan yang disampaikan memberikan cukup informasi yang dibutuhkan mengenai produk dan jasa. Kecukupan informasi mengenai produk atau jasa dalam SMS *advertising* yang dilakukan IM3. Hal didukung pula dengan pernyataan 51,5% responden yang menyatakan bahwa isi pesan yang ia terima cukup membantu dalam mengetahui informasi mengenai produk atau jasa yang ia butuhkan.

Penelitian ini menemukan bahwa konsumen memberikan respon yang lebih tinggi pada SMS *advertising* jika ada pemberian insentif yang sifatnya moneter, seperti bonus pulsa dan sms gratis. Dari 200 responden, mayoritas lebih memilih bonus pulsa sebagai insentif yang mendorong mereka memberikan respon terhadap SMS *advertising* yang diterima. Dan 57% menyatakan akan merespon jika ada pemberian insentif berupa gratisan sms. Pemberian insentif berupa bonus *wallpaper* ternyata juga cukup menarik perhatian konsumen untuk merespon SMS *advertising* yang ia terima. Terdapat lebih dari 50% responden menyatakan mereka akan merespon SMS *advertising* jika ada pemberian bonus *wallpaper*.

Kesimpulan

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa isi pesan, sumber pesan dan insentif dapat mempengaruhi sikap konsumen dalam merespon SMS *advertising*. Sumber pesan merupakan faktor yang paling berpengaruh bagi responden dalam penelitian ini

dikarenakan dengan tinggi penipuan yang dilakukan berbagai pihak melalui SMS *advertising*. Oleh karena itu, konsumen semakin waspada dan bersikap hati – hati dalam merespon SMS *advertising*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Al-alak & Alnawas (2010), Sari (2010), Sophianto (2009) yang menyatakan bahwa isi pesan mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising*. Namun penelitian ini tidak memberikan dukungan terhadap Drossos dkk (2009) yang menyatakan bahwa aspek informasi dalam isi pesan berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa aspek informasi dalam isi pesan merupakan aspek yang cukup diperhatikan oleh konsumen dalam merespon SMS *advertising* karena informasi yang diberikan dapat membantu konsumen mengetahui informasi mengenai produk dan jasa.

Oleh karena itu aspek informasi dalam isi pesan merupakan aspek penting dalam tahapan pencarian informasi sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini juga mendukung penelitian dari Sophianto (2009), Al-alak & Alnawas (2010), Carrol dkk (2007), Haghirian & Maldberger (2005), Drossos dkk (2009) yang menyatakan sumber pesan berpengaruh terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*. Sedangkan untuk variabel insentif, penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Sari (2010), Drossos dkk (2006), Tsang (2004).

Penelitian ini hanya menganalisa tiga faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap SMS *advertising*. Oleh karena

itu dalam penelitian mendatang dapat diuji pengaruh usia, gender dan tingkat pendidikan terhadap sikap konsumen akan SMS *advertising*.

Daftar Pustaka

Al-alak A. A.M dan A.M. Alnawas I. (2010), *Mobile Marketing: Examining The Impact Of Trust, Privacy Concern And Consumers Attitude on Intention To Purchase*, International Journal of Business and Management, Vol. 5, No. 3, pp. 28-41.

Carroll, A., Stuart J. Barnes dan Fletcher, K. (2007), *Consumer Perceptions and Atitudes Towards SMS Advertising: Recent Evidence from New Zealand*, International Journal of Advertising, Vol. 26, No.1, pp. 79-98.

Dickinger, A., Haghirian, P., Murphy, J. dan Scharl, A. (2004), *An Investigation And Conceptual Model Of SMS Marketing*, Diunduh dari <http://www.keyana.ae/wp-content/uploads/An-Investigation-and-Conceptual-Model-of-SMS-Marketing.pdf>, tanggal 14 maret 2012.

Drossos, D., Geroje M. Giaglis, G.M., Lekakos, G., Kokkinaki, F., dan Stavrak, M.G. (2006), *Determinants of Effective SMS Advertising: An Experimental Study*, Journal of Interactive Advertising, Vol. 7, No. 2, pp. 16-27.

Drossos, D., Giaglis, G., dan Pavlos A. V. (2009), *A Model For Predicting Consumer Responses To SMS Advertising*, Diunduh dari http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1522148, tanggal 3 Juni 2012.

Haghirian, P., dan Madlberger, M. (2005), *Consumer Attitude Toward Advertising via Mobile Devices - an Empirical Investigation Among Austrian Users*, Diunduh dari is2.lse.ac.uk/asp/aspectis/20050038.pdf, tanggal 3 Juni 2012.

Id. Shvoong.com. *Pengertian Pesan Iklan*, Diunduh dari <http://id.shvoong.com/business-management/advertising-pressrelease/2187051pengertian-pesaniklan/#ixzz1nsVzdHKx>, tanggal 23 Juli 2012.

Ipotnews.com. *Indosat Targetkan Pendapatan Layanan Mobile Advertising Rp 100 Miliar*, Diunduh dari http://www.ipotnews.com/index.php?level2=&level3=&level4=&newsid=319621&group_news=CLIPPING&taging_subtype=COMPANYNEWS&popular=&search=y&q=buzzcity, tanggal 20 Juni 2012.

Indotelko.com. (2012), *Mobile Advertising diperkirakan berkibar*, Diunduh dari <http://www.indotelko.com/2011/12/2012-mobile-advertising-diperkirakan-berkibar/>, tanggal 20 Juni 2012.

Itu.int. *World Telecommunication/ICT Indicator database*, Diunduh dari <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>, tanggal 14 Desember 2011.

Koran-jakarta.com. *Program Terbaru Gaet Pelanggan*, Diunduh dari <http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01/78223>, tanggal 20 Juni 2012.

Maholtra, K.N. (1999), *Marketing Research: An Applied Orientation*, 3rd.ed. River: Prentice Hall.

- Mobilemarketingmagazine.co.uk. Shopping, 2012-Style, Diunduh dari <http://www.mobilemarketingmagazine.co.uk/content/shopping-2012-style>, tanggal 9 April 2012.
- Muzaffar, F., dan Kamran, S. (2011), SMS Advertising: Youth Attitude Toward Perceived Informativeness, Irritation and Credibility, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 3, No. 1.
- Notoatmodjo, S. (1997), *Ilmu Kesehatan Masyarakat*, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sari, N.D. (2010), Analisis Sikap Konsumen Terhadap SMS Advertising, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Solopos.com. Perbankan Siapkan Call Center Kasus Penipuan, Diunduh dari <http://www.solopos.com/2011/ekonomi-bisnis/perbankan-siapkan-call-centre-kasus-penipuan-118835>, tanggal 13 Juli 2012.
- Sophianto, D. (2009), Analisis Pengaruh Penyusunan Kalimat Short Message Service Yang Tepat Terhadap Perilaku Konsyemen PT. Telkom Kandatel Medan, Skripsi Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Sumatra Utara.
- Tsang, M.M., Shu-Chun Ho, dan Ting-Peng Liang. (2004), Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 8, No. 3, pp. 65-78.
- Waldt. D. L. R Van der, T. M. Rebello, dan W. J. Brown. (2009), Attitudes of Young Consumers Towards SMS Advertising, *African of Business Management*, Vol. 3, No 9, Pp 444-452.
- Yeh, Jin-Tsann, dan Chyong-Ling Lin. (2009), Measuring the Effectiveness of Advertisements Sent Via Mobile Phone: Implications of the Appeal, Endorser, and Involvement Model and Purchasing Behavior, *Social Behavior and Personality*, Vol. 38, No. 2, pp 249-256.

Akuntabilitas Lembaga Pengelola Zakat Di Kabupaten Jember

Yulinartati

Lely Ana Ferawati Ekaningsih

Ahmad Roziq

Fakultas Ekonomi UNMUH Jember

STAI Darussalam Banyuwangi

Fakultas Ekonomi Universitas Jember

yulinartati@yahoo.co.id

lelyningsih@ymail.com

ahmadroziq@yahoo.com

Abstract

This study discusses: 1) accountability of zakat, infaq, and shodaqah adequate, 2) the usefulness of such funds to the recipient charity, infaq, and sodaqah, 3) muzaqis perception against payment and management ZIS zakat institutions. The collected data analyzed by descriptive kausalitatif. The test results perceptions of the usefulness of zakat, infaq and shodaqoh presented with statistical percentages in order to draw conclusions adequately. The study was conducted over 10 months. Zakat institutions sampled in this study, seven (7) institutions, namely: LAZISMU (Lembaga Amil, Zakat, Infak dan Shodaqoh Muhammadiyah), AZKA (Amil Zakat Al-Baitul Amien), Yatim Mandiri, LAZ DEPAG (Lembaga Amil, Zakat Departemen Agama Jember), YDSF (Yayasan Dana Sosial Alfalalah), BMH (Baitul Mal Hidayatullah), RIZKI (Rumah Itqon Zakat Infak). The results of this study show that: 1) Zakat Organization in Jember apply the principle of accountability which includes the following; ZIS management agency is in compliance with applicable laws or regulations, the implementation of the fundraising is in conformity with the rules and proper procedure, the agency in distributing charity funds to mustahiq was right on target. 2) The benefits of the distribution of zakat, infaq and shadaqoh for mustahiq as follows; giving mustahiq ZIS can grow a business, can help financial sector mustahiq, could help resolve / recover mustahiq economic conditions and the provision of ZIS can encourage poor families to try to get out of the self the poverty line.

Keywords: zakat, infak, shodaqoh, zakat institutions

PENDAHULUAN

Zakat, infaq, dan sodaqoh merupakan salah satu bentuk kepedulian sosial. Zakat, infaq, dan sodaqah tersebut merupakan salah satu wujud terlaksanannya ekonomi manusiawi, yakni ekonomi yang mempertimbangkan keseimbangan manusia dengan lingkungan

sekitarnya. Kekayaan tidak hanya berputar pada golongan-golongan tertentu saja, tetapi harus melibatkan golongan-golongan yang berada dalam kategori “fakir dan miskin”. Ibrahim (1998) mengatakan bahwa Islam memberikan rasa keseimbangan dan meletakkan dasar bagi

keadilan yang merata. Islam mendorong tumbuhnya lembaga-lembaga sosial untuk saling menolong di masa-masa sulit. Salah satu lembaga yang penting adalah lembaga pengelolaan zakat dalam rangka membantu mereka yang membutuhkan.

Lembaga pengelola zakat merupakan lembaga non-profit yang bertujuan untuk membantu umat Islam menyalurkan zakat, infaq dan sodaqoh kepada yang berhak. Aktivitas tersebut melibatkan beberapa pihak yang saling berkait yakni pemberi zakat, pengelola, dan penerima zakat. Pada beberapa kasus, pengelola dana bukan orang-orang atau institusi yang benar-benar dikenal oleh pemberi dana. Hal ini, seperti lembaga publik lainnya, memunculkan kebutuhan adanya akuntabilitas. Pemberi zakat menginginkan akuntabilitas pengelola terhadap integritas, efisiensi dan efektivitas dana yang mereka serahkan. Pegawai menginginkan lembaga tersebut dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan komitmennya terhadap umat. Lembaga pengelola menginginkan adanya kepercayaan pemberi dana. Penerima dana menginginkan adanya transparansi pengelolaan dana (Brown dan Moore, 2001).

Lembaga pengelola zakat dituntut mampu untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas organisasi. Hal itu terkait mulai diberlakukannya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UUKIP), sejak tanggal 1 Mei 2010 lalu. Undang-undangi menjamin hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik, sekaligus memberi tanggung jawab pada lembaga publik untuk menyediakannya bagi masyarakat. Organisasi pengelola zakat,

baik LAZ maupun BAZ, sendiri termasuk ke dalam kategori lembaga publik, karena sebagian atau seluruh dananya bersumber dari sumbangan masyarakat, yang berupa zakat, infaq, Shodaqoh, wakaf.

Selama ini pengalaman lembaga-lembaga yang sukses mengumpulkan dana secara sukarela umumnya didirikan oleh kepercayaan publik yang sangat tinggi pada lembaga. Sebenarnya UUKIP dan UU Pengelolaan Zakat menjadi berkah bagi organisasi pengelola zakat yang sudah profesional, transparan dan akuntabel. namun jadi musibah bagi organisasi yang belum profesional, belum transparan dan belum akuntabel. UUKIP dilengkapi sanksi pidana bagi organisasi publik yang tidak mampu menyediakan informasi publik bagi masyarakat. Demikian juga UU Pengelolaan Zakat dilengkapi sanksi pidana bagi organisasi pengelola zakat yang melakukan kesalahan mengelola zakat, infak dan shadaqah.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka masalah yang diteliti berkaitan dengan 1) akuntabilitas lembaga pengelola zakat, infaq, dan shodaqah telah cukup memadai, 2) kebermanfaatan dana tersebut bagi penerima zakat, infaq, dan sodaqah, 3) Persepsi Muzaki Terhadap Pembayaran dan Pengelolaan ZIS pada Lembaga pengelola zakat.

KAJIAN PUSTAKA

Zakat adalah ibadah maaliyah ijtima'iyah yang memiliki posisi sangat penting, strategis, dan menentukan bagi pembangunan kesejahteraan umat. Ajaran zakat ini memberikan landasan bagi tumbuh dan berkembangnya kekuatan

sosial ekonomi umat. Kandungan ajaran zakat ini memiliki dimensi yang luas dan kompleks, bukan saja mengandung nilai-nilai ibadah, moral, spiritual, dan ukhrawi, melainkan juga nilai-nilai ekonomi dan duniawi (Abbas, 2011). Agar sumber dana yang dapat dimanfaatkan bagi kesejahteraan masyarakat terutama untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan dan menghilangkan kesenjangan sosial, perlu adanya pengelolaan zakat secara profesional dan bertanggung jawab yang dilakukan oleh masyarakat bersama pemerintah.

1. Tujuan Zakat

Tujuan pengelolaan zakat menurut UU Nomor 23 tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Pasal 3 adalah meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat; dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Menurut Abbas (2011) beberapa ulama menjelaskan tujuan dari ajaran zakat, yaitu untuk kehidupan individu dan untuk kehidupan sosial kemasyarakatan. Tujuan yang pertama meliputi pembersihan jiwa dari sifat kikir, mengembangkan sifat suka berinfak atau memberi, mengembangkan akhlak seperti akhlak Allah, mengobati hati dari cinta dunia yang membabi buta, mengembangkan kekayaan batin dan menumbuhkan rasa simpati dan cinta sesama manusia. Dengan ungkapan lain, esensi dari semua tujuan ini adalah pendidikan yang bertujuan untuk memperkaya jiwa manusia dengan nilai-nilai spiritual yang dapat meninggikan harkat dan martabat manusia melebihi martabat benda, dan

menghilangkan sifat materialisme dalam diri manusia. Tujuan kedua memiliki dampak pada kehidupan kemasyarakatan secara luas.

2. Kualitas Manajemen

Kualitas manajemen suatu lembaga pengelola zakat harus dapat diukur. Untuk itu, ada tiga kata kunci yang dapat dijadikan sebagai alat ukurnya (dompet dhuafa, 2011) . *Pertama*, amanah. Sifat amanah merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki oleh setiap amil zakat. Tanpa adanya sifat ini, hancurlah semua sistem yang dibangun. *Kedua*, sikap profesional. Sifat amanah belumlah cukup. Harus diimbangi dengan profesionalitas pengelolaannya. *Ketiga*, transparan. Dengan transparannya pengelolaan zakat, maka kita menciptakan suatu sistem kontrol yang baik, karena tidak hanya melibatkan pihak intern organisasi saja, tetapi juga akan melibatkan pihak eksternal. Dan dengan transparansi inilah rasa curiga dan ketidakpercayaan masyarakat akan dapat diminimalisasi.

3. Laporan Keuangan Organisasi Pengelola Zakat

Menurut pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) syariah 109 jenis-jenis laporan keuangan utama yang harus disusun oleh sebuah organisasi pengelola zakat (OPZ); *pertama*, neraca merupakan suatu laporan keuangan yang menggambarkan posisi keuangan atau kekayaan suatu organisasi pengelola zakat pada saat tertentu. *Kedua*, laporan sumber dan penggunaan dana, merupakan suatu laporan yang menggambarkan kinerja organisasi, yang meliputi penerimaan dan penggunaan dana pada suatu periode tertentu. *Ketiga*, laporan arus kas, merupakan suatu laporan

yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar pada suatu periode tertentu. *Keempat*, laporan dana termanfaatkan merupakan laporan perubahan dana termanfaatkan dibuat mengakomodasi transaksi pengeluaran/penerimaan neraca yang harus dilaporkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana. *Kelima*, catatan atas laporan keuangan merupakan rincian atau penjelasan detail dari laporan keuangan sebelumnya.

4. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan salah satu prinsip utama tata kelola organisasi yang mengisyaratkan adanya perwujudan kewajiban seseorang atau unit organisasi untuk mempertanggungjawabkan pengelolaan dan pengendalian sumber daya dan pelaksanaan kebijakan yang dipercayakan kepadanya dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan melalui media pertanggungjawaban secara periodik (Saragi, 2012).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan kondisi faktual dan menemukan solusi dari permasalahan yang ada di lembaga pengelola zakat, infak dan shadaqah (LAZ) yang menjadi fokus penelitian. Sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui hubungan/korelasi antara akuntabilitas LAZ dan kepercayaan para *stakeholders*. Penelitian ini juga termasuk penelitian *survey* digunakan untuk mengetahui persepsi para muzaki, amil, mustahiq dan masyarakat.

Jenis data penelitian terdiri dari dua macam, yaitu: data primer dan data sekunder. Data

primer dalam penelitian ini berupa persepsi pemberi dana zakat, infak, dan shodaqah yang diukur adalah dalam kaitan dengan akuntabilitas lembaga pengelola tersebut. Sementara persepsi penerima zakat, infak, dan shodaqah berkaitan dengan kepercayaan dan kebermanfaatan dana yang diterima. Sedangkan data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan, media, majalah, buletin dan buku-buku literatur dan laporan yang terkait dengan masalah penelitian.

Data dikumpulkan dari lembaga-lembaga pengelola dana zakat, infak, dan shodaqah yang ada di Kabupaten Jember meliputi data-data sumber dana zakat, program kerja, kebijakan, sistem dan prosedur penggalangan dana, persepsi pemberi dana, dan persepsi penerima zakat, infak, dan shodaqah. Pengumpulan data dilakukan dengan cara survey, observasi, wawancara, dan inspeksi. Persepsi pemberi dana zakat, infak, dan shodaqah yang diukur adalah dalam kaitan dengan akuntabilitas lembaga pengelola tersebut. Sementara persepsi penerima zakat, infak, dan shodaqah berkaitan dengan kepercayaan dan kebermanfaatan dana yang diterima. Kuesioner didesain untuk dapat menggali informasi-informasi tersebut.

1. Metode Pengumpulan Data

Cara atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Angket (*questionnaire*), yaitu cara pengumpulan data secara tertulis berupa sejumlah pertanyaan tertutup maupun terbuka yang diisi oleh responden. Berdasarkan pada isian tersebut akan memperoleh informasi dari responden. Wawancara (*interview*), yaitu metode

pengumpulan data melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan dan langsung yaitu dilakukan dengan bertatap muka.

Dokumentasi, yaitu cara pengumpulan data dengan mengkaji dan menganalisis neraca, laporan penggunaan dana, laporan arus kas, laporan asset kelolaan Lembaga pengelola zakat, Infak dan Shadaqah (LAZ) yang terdokumentasi dalam laporan keuangan, media, bulletin, majalah dan dokumen lainnya.

2. Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Unit yang dianalisis dalam penelitian ini adalah organisasi/lembaga pengelola dana zakat, infaq, dan sodaqah yang dijadikan sampel adalah lembaga-lembaga yang telah mempunyai legalitas hukum, organisasi yang mapan dan telah melakukan pengelolaan dana zakat, infaq, dan sodaqah dan yang berlokasi di wilayah Kabupaten Jember. Organisasi/lembaga yang memenuhi kriteria di atas di peroleh sebanyak tujuh (7) organisasi pengelola zakat di kabupaten Jember antara lain Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF), Lembaga pengelola zakat Kementrian Agama, Rumah Itqon Zakat Infak (Rizki), Azka Al Baitul Amil, Baitul Maal Hidayatullah (BMH), Yatim Mandiri dan Lembaga pengelola zakat Infak dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU).

3. Variabel Penelitian

Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah persepsi terhadap akuntabilitas lembaga dan persepsi terhadap kebermanfaatan dana zakat, infaq, dan sodaqah.

4. Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif kausalitatif.

Hasil pengujian persepsi terhadap akuntabilitas dan kebermanfaatan dana zakat, infaq dan shodaqoh disajikan dengan *statistical prosentase* agar dapat ditarik kesimpulan secara memadai.

HASIL PENELITIAN

1. Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat

Lembaga Pengelola ZIS (LPZ), kini tak dapat lagi menganggap remeh soal pertanggungjawaban publik atas dana yang diserahkan donatur. Akuntabilitas merupakan hal yang kerap dituntut masyarakat dari sebuah lembaga publik. Masyarakat merasa perlu mengetahui aliran dana dan kinerja lembaga tersebut. Apakah sumber daya yang mereka serahkan telah digunakan secara benar atau tidak. Sebagai lembaga umat, OPZ harus memiliki akuntabilitas yang tinggi, yang merupakan bentuk pertanggungjawaban kepada para donatur. Meskipun mereka secara ikhlas menyerahkan dananya untuk keperluan ZIS.

Manajemen suatu organisasi pengelola zakat (OPZ) harus dapat diukur. Untuk itulah suatu OPZ haruslah memenuhi 3 kunci syarat, yaitu amanah, professional dan transparan. Agar dapat dipercaya oleh masyarakat, Lembaga Pengelola Zakat (LAZ), baik Badan Amil Zakat (BAZ) maupun Lembaga pengelola zakat (LAZ), harus menerapkan prinsip akuntabilitas yang meliputi meliputi kelembagaan, legalitas dan struktur organisasi, aspek sumber daya manusia serta aspek sistem pengelolaan.

Akuntabilitas mencakup komitmen untuk melakukan sesuatu. Dengan kata lain,

akuntabilitas adalah hubungan antara dua atau lebih pihak dimana pihak satu berjanji untuk melakukan sesuatu, dan pihak yang lain mempercayai bahwa pihak satu telah melakukannya dengan baik. Akuntabilitas mencakup pertanggungjawaban atas asset yang dikelola dan performa pengelolaannya.

Ellwood (1993) menjelaskan bentuk-bentuk akuntabilitas yakni;

- a. Akuntabilitas hukum dan peraturan;
Bahwa organisasi atau lembaga mengelola dana sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku.
- b. Akuntabilitas proses;
Akuntabilitas proses berkaitan dengan prosedur pelaksanaan pengelolaan dana. Prosedur ini meliputi penggalangan, pengelolaan, dan pendistribusian dana.
- c. Akuntabilitas program;
Akuntabilitas program berkaitan dengan apakah penetapan program-program telah sesuai dengan komitmen organisasi, dan apakah program-program tersebut telah berjalan dengan baik.
- d. Akuntabilitas kebijakan;
Akuntabilitas kebijakan berkaitan dengan pertanggungjawaban pengelola terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil.

Berikut ini adalah hasil survey dari akuntabilitas lembaga zakat:

a. Akuntabilitas YDSF

Hasil yang diperoleh untuk akuntabilitas lembaga YDSF adalah sebagai berikut : lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 1) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 2) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur

yang benar, 3) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi dan telah berjalan dengan baik, 4) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan sudah dengan pertanggungjawaban pengelola, 5) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 6) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 7) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 8) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat, 10) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 11) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 12) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki belum tepat sasaran, 13) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

b. Akuntabilitas Depag

Akuntabilitas Depag diperoleh hasil: 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah

sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan sudah dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat Depag, 13) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

c. Akuntabilitas Rizki

Akuntabilitas Rizki diperoleh hasil bahwa: 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan belum dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat Rizki, 13) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat

dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

d. Akuntabilitas Azka

Akuntabilitas yang dimiliki oleh Azka: 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan sudah dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat Azka, 13) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan prosedur operasional

lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

e. Akuntabilitas Yatim Mandiri

Yatim Mandiri memiliki akuntabilitas sebagai berikut: 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan belum dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan

program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat Yatim Mandiri, 13) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki belum sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

f. Akuntabilitas BMH

Akuntabilitas BMH meliputi: 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) Kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan sudah dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan

sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat BMH, 13) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

g. Akuntabilitas LAZISMU

Akuntabilitas LAZISMU meliputi: 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan sudah dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum

syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana belum sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat LAZISMU, 13) lembaga zakat dalam menggali dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggali dana dari muzaki belum sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggali dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.

2. Kebermanfaatan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqah

Hasil survei penelitian menemukan bahwa kegiatan yang telah dan sedang dilakukan oleh tujuh (7) organisasi pengelola zakat adalah sebagai berikut:

a. YDSF

Kegiatan yang telah dan sedang dilakukan YDSF adalah sebagai berikut:

telah melakukan kegiatan pembangunan sarana dan prasarana pertanian sebagai tumpuan kesejahteraan ekonomi rakyat, pembangunan sektor industri yang secara langsung berorientasi pada peningkatan kesejahteraan rakyat, penyelenggaraan sentra-sentra pendidikan, ketrampilan, dan kejuruan untuk mengatasi pengangguran, pembangunan pemukiman rakyat tuna wisma dan gelandangan, jaminan hidup untuk orang-orang cacat, jompo, yatim piatu, dan orang-orang yang tidak punya pekerjaan, pengadaan sarana dan prasarana pendidikan dasar sampai perguruan tinggi untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana kesehatan untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana untuk mensejahterakan rakyat, membiayai musafir yang kehabisan bekal/uang.

b. OPZ Depag

OPZ Depag telah dan sedang melakukan kegiatan antara lain: sudah melakukan kegiatan Jaminan hidup untuk orang-orang cacat, jompo, yatim piatu, dan orang-orang yang tidak punya pekerjaan, rakyat, dan membiayai musafir yang kehabisan bekal/uang.

c. Rizki

Rizki sedang dan telah melakukan kegiatan antara lain: telah melakukan kegiatan Pembinaan golongan ekonomi lemah, pembangunan sarana dan prasarana pertanian sebagai tumpuan kesejahteraan ekonomi rakyat, pembangunan sektor industri yang secara langsung berorientasi pada peningkatan kesejahteraan rakyat, penyelenggaraan sentra-sentra pendidikan, ketrampilan, dan kejuruan untuk mengatasi pengangguran,

- jaminan hidup untuk orang-orang cacat, jompo, yatim piatu, dan orang-orang yang tidak punya pekerjaan, pengadaan sarana dan prasarana pendidikan dasar sampai perguruan tinggi untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana kesehatan untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana untuk mensejahterakan rakyat, membiayai musafir yang kehabisan bekal/uang.
- d. Azka
Kegiatan telah dan sedang dilakukan oleh Azka yaitu melakukan kegiatan pembinaan golongan ekonomi lemah dan membiayai musafir yang kehabisan bekal/uang.
- e. BMH
BMH kegiatan yang sedang dan telah dilakukan yaitu: melakukan kegiatan Pembinaan golongan ekonomi lemah, pembangunan sarana dan prasarana pertanian sebagai tumpuan kesejahteraan ekonomi rakyat, penyelenggaraan sentra-sentra pendidikan, ketrampilan, dan kejuruan untuk mengatasi pengangguran, pembangunan pemukiman rakyat tuna wisma dan gelandangan, jaminan hidup untuk orang-orang cacat, jompo, yatim piatu, dan orang-orang yang tidak punya pekerjaan, pengadaan sarana dan prasarana pendidikan dasar sampai perguruan tinggi untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana kesehatan untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana untuk mensejahterakan rakyat, membiayai musafir yang kehabisan bekal/uang.
- g. LAZISMU
LAZISMU sedang dan telah melakukan kegiatan yaitu telah melakukan kegiatan Pembinaan golongan ekonomi lemah, pembangunan sarana dan prasarana pertanian sebagai tumpuan kesejahteraan ekonomi rakyat, penyelenggaraan sentra-sentra pendidikan, ketrampilan, dan kejuruan untuk mengatasi pengangguran, jaminan hidup untuk orang-orang cacat, jompo, yatim piatu, dan orang-orang yang tidak punya pekerjaan, pengadaan sarana dan prasarana pendidikan dasar sampai perguruan tinggi untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana kesehatan untuk setiap rakyat, pengadaan sarana dan prasarana untuk mensejahterakan rakyat, membiayai musafir yang kehabisan bekal/uang.
3. **Persepsi Muzaki Terhadap Pembayaran Dan Pengelolaan ZIS pada OPZ**
Hasil survey tentang persepsi muzaki terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah pada pada tujuh (7) organisasi pengelola zakat (OPZ); Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF), Lembaga pengelola zakat Kementrian Agama, Rumah Itqon Zakat Infak (Rizki), Azka Al Baitul Amil, Baitul Maal Hidayatullah (BMH), Yatim Mandiri dan Lembaga pengelola zakat Infak dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) adalah sebagai berikut;

a. Muzaki Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF)

Persepsi muzaki YDSF terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut:

1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat kebawah. 2) membayar zakat di YDSF termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di YDSF sangat mudah. 6) YDSF dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui YDSF sangat cepat disalurkan oleh amil zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di YDSF sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh YDSF sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada YDSF baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan YDSF. 12) Dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan. 13) YDSF merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) Banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di YDSF. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan

b. LAZ Depag

Persepsi muzaki LAZ Depag terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut:

1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat kebawah. 2) membayar zakat di LAZ Depag termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat, 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat, 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di LAZ Depag. 6) LAZ Depag dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui LAZ Depag sangat cepat disalurkan oleh amil zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di LAZ Depag sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh LAZ Depag sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada LAZ Depag baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan LAZ Depag. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan muzaki. 13) LAZ Depag merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) Banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di LAZ Depag. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan.

c. Muzaki RIZKI

Persepsi muzaki RIZKI terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut: 1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat menengah kebawah. 2) membayar zakat di RIZKI termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) Persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di RIZKI sangat mudah. 6) RIZKI dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui RIZKI sangat cepat disalurkan oleh amil zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di RIZKI sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh RIZKI sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada RIZKI baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan RIZKI. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan. 13) RIZKI merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) Banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di RIZKI. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan.

d. Muzaki AZKA

Persepsi muzaki AZKA terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut: 1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat menengah kebawah. 2) membayar zakat di AZKA termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) Persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di AZKA sangat mudah. 6) AZKA dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui AZKA sangat cepat disalurkan oleh amil zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di AZKA sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh AZKA sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada AZKA baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan AZKA. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan. 13) AZKA merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di AZKA. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan

e. Muzaki Yatim Mandiri

Persepsi muzaki Yatim Mandiri terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut:

1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat kebawah. 2) membayar zakat di Yatim Mandiri termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di Yatim Mandiri sangat mudah. 6) Yatim Mandiri dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui Yatim Mandiri sangat cepat disalurkan oleh amal zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di Yatim Mandiri sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh Yatim Mandiri sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada Yatim Mandiri baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan Yatim Mandiri. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan muzaki. 13) Yatim Mandiri merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di Yatim Mandiri. 15) adanya laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu

sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan

f. Muzaki BMH

Persepsi muzaki BMH terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut:

1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat kebawah. 2) membayar zakat di BMH termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di BMH sangat mudah. 6) BMH dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui BMH sangat cepat disalurkan oleh amal zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di BMH sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh BMH sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada BMH baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan BMH. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan muzaki. 13) BMH merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di BMH. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan

setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan.

g. Muzaki Lembaga pengelola zakat Infaq dan Shodaqah Muhamadiyah (LAZISMU)

Persepsi muzaki Lembaga pengelola zakat Infaq dan Shodaqah Muhamadiyah (LAZISMU) terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah adalah sebagai berikut: 1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat kebawah. 2) membayar zakat di LAZISMU termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) Persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di LAZISMU sangat mudah. 6) LAZISMU dianggap sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui LAZISMU sangat cepat disalurkan oleh amil zakat. 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di LAZISMU sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh LAZISMU sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada LAZISMU baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan LAZISMU. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan muzaki. 13) LAZISMU merupakan suatu lembaga

yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) Banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di LAZISMU. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam rangka mengoptimalkan Akuntabilitas diperlukan penguatan kelembagaan untuk meningkatkan kepercayaan para muzaki. Disamping itu OPZ perlu juga memperkuat publikasi dan teknologi informasi, sehingga akan terbangun kepercayaan masyarakat dan semakin mudahnya masyarakat menyampaikan ZIS-nya untuk dikelola oleh OPZ.

OPZ harus didukung oleh sistem, prosedur dan aturan yang jelas. Semua kebijakan dan ketentuan dibuat aturan mainnya secara jelas dan tertulis sehingga keberlangsungan lembaga tidak bergantung kepada figur seseorang, tetapi kepada sistem. Jika terjadi pergantian SDM sekalipun, aktivitas lembaga tidak akan terganggu karenanya. OPZ harus dikelola dengan menerapkan manajemen terbuka. Ada hubungan timbal balik antara amil selaku pengelola dengan masyarakat sehingga terjadi sistem kontrol yang melibatkan unsur luar, yaitu masyarakat itu sendiri.

OPZ dikelola berdasarkan rencana kerja (*activity plan*). Rencana kerja disusun berdasarkan kondisi lapangan dan kemampuan sumber daya lembaga sehingga aktivitas OPZ akan terarah dan target akan mudah tercapai. OPZ juga harus memiliki sistem akuntansi dan manajemen keuangan

yang baik untuk menunjang akuntabilitas dan transparansi, menjamin keamanan dana relatif lebih terjamin, semua transaksi relatif akan lebih mudah ditelusuri dan menjamin efisiensi dan efektivitas operasional OPZ. Semua yang telah dilakukan oleh OPZ harus disampaikan kepada publik, sebagai bagian dari pertanggungjawaban dan transparan-nya pengelola. Caranya dapat melalui media massa seperti surat kabar, majalah, buletin, radio, TV, dikirim langsung kepada para donatur, atau ditempel di papan pengumuman yang ada di kantor OPZ yang bersangkutan. Hal-hal yang perlu dipublikasikan antara lain laporan keuangan, laporan kegiatan dan nama-nama penerima bantuan.

Dalam rangka mengelola penyaluran dana ZIS, OPZ perlu aktif melakukan penyaluran ZIS sesuai syariah dan tepat sasaran. Dimulai dari kriteria penentuan siapa saja yang akan diberi penyaluran dananya, berapa besarnya dana yang akan disalurkan dan bagaimana proses yang akan dipilih dalam penyaluran dana ZIS. Dana ZIS seharusnya bisa diberikan dengan tiga cara yaitu yaitu bantuan tunai langsung, pemberdayaan masyarakat dan bantuan dana bergulir. Dana ZIS hendaknya disalurkan untuk kegiatan produktif agar mustahiq yang dibantu segera berdaya ekonominya sehingga mampu meningkatkan pendapatan keluarga. Dengan memberdayakan dana ZIS dalam bentuk kegiatan produktif diharapkan dalam jangka menengah bisa merubah mustahiq yang awalnya menerima dana ZIS akan menjadi muzaki yaitu orang yang akan membayar ZIS. OPZ perlu melakukan pertemuan secara langsung dengan seluruh mustahiq agar dapat diketahui kendala dan

manfaat dari penyaluran dana ZIS sehingga ada umpan balik dan akan diketahui solusi pemecahan permasalahan yang terkait dengan penyaluran dana ZIS.

Penyaluran dana ZIS kepada mustahiq harus berdasarkan prinsip amanah, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Bentuk penyaluran dana dapat berupa bantuan tunai langsung (hibah). Zakat pada asalnya harus diberikan berupa hibah artinya tidak ada ikatan antara pengelola dengan mustahiq setelah penyerahan zakat. Bentuk penyaluran bantuan tunai langsung hanya diberikan kepada para mustahiq yang tergolong tua renta yang tidak mampu menjalankan pekerjaan. Apabila mustahiq miskin karena mengaggur (tidak memiliki pekerjaan tetap dan tidak memiliki usaha) namun masih mempunyai kekuatan fisik untuk bekerja dan berusaha maka bentuk penyaluran dana ZIS berupa pemberdayaan. Mustahiq yang tidak punya keahlian untuk bekerja dan berusaha sebaiknya di beri ketrampilan dan keahlian sehingga setelah memperoleh ketrampilan dan keahlian maka diharapkan mustahiq mampu bekerja atau menjalankan usaha. Bentuk penyaluran yang ketiga adalah dana bergulir. Dana ZIS dapat diberikan berupa dana bergulir oleh pengelola kepada mustahiq dengan catatan harus *qardhul hasan*, artinya tidak boleh ada kelebihan yang harus diberikan oleh mustahiq kepada pengelola ketika pengembalian pinjaman tersebut. Jumlah pengembalian sama dengan jumlah yang dipinjamkan.

Semua kegiatan penyaluran dana ZIS yang telah dilakukan oleh OPZ harus disampaikan kepada publik, sebagai bagian dari pertanggungjawaban dan transparan-

nya pengelola. Caranya dapat melalui media massa seperti surat kabar, majalah, buletin, radio, TV, dikirim langsung kepada para donatur, atau ditempel di papan pengumuman yang ada di kantor OPZ yang bersangkutan. Hal-hal yang perlu dipublikasikan antara lain laporan keuangan, laporan kegiatan dan nama-nama penerima bantuan.

Akhirnya setiap kegiatan penyaluran dana harus dievaluasi, dimonitoring untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan dilakukan secara terus-menerus tanpa henti. Melakukan pembinaan dan pendampingan kepada para mustahiq dalam kegiatan usahanya, juga harus memberikan pembinaan rohani dan intelektual keagamánya agar semakin meningkatkan kualitas keimanan dan keislamannya.

Aktivitas muzaki terhadap mustahiq melalui amil meliputi bagaimana amil dapat membuat sebuah kegiatan atau perencanaan yang memungkinkan para muzaki dapat bertatap muka dan berinteraksi dengan baik dengan para mustahiq. Kegiatan ini bisa dilakukan secara berkala atau secara kontinu. Semakin sering dan semakin mudah akses yang diberikan atau akses yang bisa dilalui oleh muzaki maka dampak kebermanfaatan dari ZIS akan semakin baik dan meningkat.

Aktivitas mustahiq kepada muzaki melalui amil mengacu bagaimana menumbuhkan rasa kebermanfaatan yang dirasakan oleh mustahiq ketika menerima ZIS dari muzaki. Dalam jangka panjang nilai-nilai inilah yang diharapkan akan tumbuh dan berkembang sehingga mustahiq yang mampu akan berubah menjadi muzaki.

Proses ini dapat ditumbuhkan oleh perencanaan yang baik dari amil dalam mengelola dan lembaga. Ketepatan dalam penyaluran kredit, pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dapat menjadi sebagian kecil contoh yang dapat diaplikasikan.

Amil adalah faktor kunci keberhasilan pengumpul zakat. Untuk itu, lembaga tersebut harus mampu merekrut para amil yang amanah dan profesional. Setelah itu, pengumpul zakat juga harus mampu mendesain sistem operasional yang memberikan kesempatan kepada para amil untuk berkembang dan berkarya. Sehingga menjadi amil betul-betul merupakan sebuah pilihan dan pengabdian kepada Allah SWT. Para amil dalam bekerja harus meletakkan prinsip-prinsip seperti: ikhlas, sabar, amanah, jujur dan inovatif. Disamping itu, sistem operasional lembaga juga mesti mengakomodasikan kebutuhan para amil. Sehingga para amil dapat memberikan karyanya secara maksimal di dalam membangun lembaga tersebut.

Meskipun para mustahiq sebagai pihak penerima dana ZIS, mereka juga punya peranan dalam menyukseskan program-program yang telah dicanangkan oleh amil OPZ. Mustahiq harus dapat bekerjasama dan mengikuti program-program bantuan yang dilakukan oleh amil. Jangan sampai pemberian bantuan justru menyebabkan mustahiq tidak mandiri secara ekonomi dan menjadikan seorang pemalas yang tidak mau bekerja maupun berusaha karena sudah mendapat bantuan dana ZIS. Setiap pembagian/penyaluran dana ZIS harus bersifat edukatif, produktif dan ekonomis semakin banyak penerima zakat menjadi

tidak memerlukan zakat lagi, bahkan menjadi wajib zakat.

PENUTUP / SIMPULAN

Simpulan

Dari hasil uraian di atas, maka Simpulan dalam penelitian ini adalah:

- a. Organisasi Pengelola Zakat di Kabupaten Jember menerapkan prinsip akuntabilitas yang meliputi hal-hal berikut; 1) lembaga pengelolaan ZIS nya sudah sesuai dengan hukum atau peraturan yang berlaku, 2) pelaksanaan penggalangan dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 3) pelaksanaan pendistribusian dana sudah sesuai dengan aturan dan prosedur yang benar, 4) program yang dijalankan telah sesuai dengan komitmen organisasi, 5) program-program tersebut telah berjalan dengan baik, 6) kebijakan-kebijakan yang diambil berkaitan sudah dengan pertanggungjawaban pengelola, 7) lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 8) lembaga zakat dalam mengelola dana belum sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 9) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan program yang telah ditentukan sebelumnya, 10) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah berjalan dengan baik, 11) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan komitmen lembaga zakat saudara, 12) pelaksanaan/kegiatan program lembaga zakat dalam mengelola dana sudah sesuai dengan kebijakan lembaga zakat, 13) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 14) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki belum sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 15) lembaga zakat dalam menggalang dana dari muzaki sudah tepat sasaran, 16) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan ketentuan hukum syariah Islam, 17) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah sesuai dengan prosedur operasional lembaga zakat yang berlaku, 18) lembaga zakat dalam mendistribusikan dana kepada mustahiq sudah tepat sasaran.
- b. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa manfaat dari penyaluran zakat, infaq dan shadaqah bagi mustahiq sebagai berikut; 1) pemberian ZIS dapat menumbuhkan usaha mustahiq, 2) pemberian ZIS dapat membantu sektor keuangan mustahiq, 3) pemberian ZIS bisa membantu menyelesaikan/memulihkan kondisi ekonomi mustahiq, 4) pemberian ZIS dapat mendorong keluarga miskin untuk berusaha mandiri agar dapat keluar dari garis kemiskinan, 5) pemberian ZIS bermanfaat untuk menolong, membantu dan membina anda agar mendapat kehidupan lebih baik, 6) pemberian ZIS merupakan sumber dana yang potensial bagi anda untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, 7) ZIS ini produktif dan dilaksanakan melalui kegiatan ekonomi dimana mustahiq berperan sebagai pemilik usaha dan mengelolah usahanya sendiri, 8) dana ZIS digunakan untuk pelatihan para mustahiq agar memiliki keahlian dan bisa mandiri secara ekonomi, 9) penyaluran

- ZIS bisa mengurangi jumlah anak jalanan, 10) ZIS dapat meningkatkan kesejahteraan kaum dhuafa baik secara materiil maupun spirituil, 11) ZIS menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang memiliki daya tahan dan daya saing, 12) ZIS menimbulkan rasa kemanusiaan tinggi, menghilangkan sifat kikir, rakus dan materialistis, 13) ZIS menumbuhkan ketenangan hidup, sekaligus membersihkan dan mengembangkan harta yang dimiliki, 14) ZIS menjadikan mustahiq mengikuti orang-orang yang dermawan yang memiliki kebaikan dan kemurahan hati.
- c. Hasil survey tentang persepsi muzaki terhadap pembayaran dan pengelolaan zakat, infaq dan shodagah pada pada tujuh (7) Lembaga pengelola zakat (LAZ); Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF), Lembaga pengelola zakat Kementrian Agama, Rumah Itqon Zakat Infak (Rizki), Azka Al Baitul Amil, Baitul Maal Hidayatullah (BMH), Yatim Mandiri dan Lembaga pengelola zakat Infak dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) sebagai berikut;. 1) mampu memecahkan permasalahan ekonomi khususnya masyarakat kebawah. 2) membayar zakat di LAZISMU termasuk juga dalam berinvestasi baik dunia maupun akhirat. 3) membayar zakat merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, dimana membayar zakat setara dengan mengerjakan shalat. 4) membayar zakat merupakan salah satu sarana untuk memperlancar proses ekonomi dengan memberi penyaluran dana pada masyarakat menengah ke bawah. 5) Persyaratan yang diperlukan dalam penyaluran zakat di LAZISMU sangat mudah. 6) LAZISMU dianggap

sangat transparan dalam penyaluran zakatnya. 7) zakat yang disalurkan melalui LAZISMU sangat cepat disalurkan oleh amil zakat, 8) adanya keramahan yang bersahaja pada karyawan di LAZISMU sehingga menarik minat muzaki dalam penyaluran zakatnya. 9) pengelolaan yang dilakukan oleh LAZISMU sudah sangat baik. 10) cara menyalurkan zakat kepada LAZISMU baik diberikan secara langsung maupun transfer melalui bank serta *delivery*. 11) mudahnya persyaratan untuk menjadi muzaki, yang menjadi pertimbangan untuk menggunakan LAZISMU. 12) dekatnya jarak lembaga tersebut dengan tempat tinggal menjadi pertimbangan muzaki. 13) LAZISMU merupakan suatu lembaga yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat. 14) Banyak sekali kebaikan yang diperoleh muzaki dengan membayar zakat di LAZISMU. 15) laporan keuangan yang dipublikasikan setiap periode tertentu sehingga lembaga ini sangat bersifat transparan.

Keterbatasan

- Penelitian ini hanya mencakup wilayah Kabupaten Jember
- Jumlah organisasi pengelola zakat yang diteliti hanya berjumlah tujuh (7) lembaga
- Jumlah muzaki yang diteliti hanya berjumlah 70 orang
- Jumlah mustahiq yang diteliti hanya berjumlah 70 orang
- Penelitian ini hanya dilakukan dalam waktu 10 bulan.

Agenda Penelitian berikutnya

Agenda penelitian berikutnya, yakni penelitian untuk tahun 2013 adalah

Menerapkan model *Three Circles* revitalisasi Lembaga Pengelola Zakat pada LAZISMU dengan cara *pertama* dikembangkan terlebih dahulu model akuntabilitas antara amil dengan muzaki, selanjutnya mekanisme akuntabilitas didesain baik pada tahap penggalangan, pengelolaan, sampai dengan pendistribusian dana. Langkah selanjutnya membuat dan menerapkan Desain Sistem Informasi Akuntabilitas.

Daftar Pustaka

Abbas, afifi fauzi, (2011), Zakat Untuk Kesejahteraan Bersama. LAZISMU Situbondo.

Brown, L. David dan Mark H. Moore. (2001), The Hauser Center for Nonprofit Organizations Accountability, Strategy, and International Non-Governmental Organizations. Working Paper No. 7. SSRN.com.

Dompot Dhuafa, (2011), Mengukur Kualitas Manajemen Zakat Di Indonesia: Irsindonesia.multiply.com.

Ibrahim, Anwar, (1998), *Renaissance Asia: Gelombang Reformasi Di Ambang Alaf Baru*. Mizan.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), (2009), *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta. Salemba Empat.

Saragi, Frenky Kristian, (2012), *Pedoman Akuntabilitas Nasional*. Lembaga Administrasi N Negara.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.

PERNYATAAN / PENGHARGAAN

Terima kasih kepada DIKTI yang telah membiayai penelitian yang dipublikasikan dalam artikel ini. Artikel ini dari hasil penelitian Hibah Bersaing yang diadakan oleh DIKTI Tahun 2012 dengan judul *Three Circles Model Revitalisasi Lembaga Pengelola Zakat*.



Faculty of
Economics

WORLD CLASS ISLAMIC CYBER UNIVERSITY
UNISSULA
SULTAN AGUNG ISLAMIC UNIVERSITY

Proceedings of Conference In Business, Accounting and Management (CBAM) 2012

Green Business and Sustainability: The Role of Information and Communication Technology (ICT), Management Approaches and Accounting Practices

CBAM adalah forum tahunan sebagai media sharing knowledge bagi para akademisi, peneliti, praktisi dan mahasiswa S1 – S3 multi disiplin yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Unissula, Semarang, Jawa Tengah.

Peran teknologi informasi dan komunikasi, pendekatan manajemen dan praktek praktek akuntansi dalam green business dan perwujudan sustainabilitas lingkungan menjadi tema CBAM tahun 2012. 'Greening the Business' memiliki makna sebagai sebuah proses untuk mengkonfigurasi ulang proses bisnis dan infrastruktur guna menghasilkan manfaat yang lebih baik bagi lingkungan, manusia dan nilai investasi ekonomis, dan pada saat yang bersamaan meningkatkan kualitas perilaku manusia, mengurangi emisi gas, mengurangi eksploitasi atau penyalahgunaan sumber daya alam, mengurangi sampah lingkungan dan menurunkan kesenjangan sosial. Sebagaimana para pembuat kebijakan dan strategi yang mulai fokus pada peran inovasi, mekanisme pasar dan kewirausahaan sosial dalam pencapaian tujuan lingkungan dan bisnisnya, sektor teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan pembuat kebijakan TIK telah mulai mengakui peluang dari peran kritis TIK untuk membantu pertumbuhan green business dan green economy.

Proceedings ini berisi kumpulan artikel yang dipresentasikan di CBAM 2012 oleh pemakalah dari seluruh wilayah di Indonesia, dalam satu tema yaitu Greening the Business untuk mencapai Sustainability Collaborative Advantage.

