PROCEEDING

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS
"SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

Purwokerto, 21 November 2012

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN
HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan
PROCEEDING SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS "SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

© UPT. Percetakan dan Penerbitan Unsoed

Cetakan Pertama, 2012
Hak Cipta dilindungi Undang-undang
All Right Reserved

Reviewer : Prof. Dr. Agus Suroso, MS. dkk
Perancang Sampul : Panitia
Penata Letak : Panitia
Pracetak dan Produksi : Panitia

Penerbit

UPT. PERCETAKAN DAN PENERBITAN
Universitas Jenderal Soedirman
Kampus UNSOED Grendeng
Jl. Prof. dr. HR. Bunyamin No. 708, Purwokerto 53122
Telp. (0281) 635292 Pes. 227
e-Mail: unsoedpress@yahoo.com

ISBN: 978-979-9204-67-7
xxiii + 76 hal, 21 cm x 29.7 cm

Dilarang keras memfotokopi atau memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini tanpa seizin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan kasih dan karunia-Nya, Proceeding Seminar Nasional dan Call For Paper SCA-2 kali ini dapat terselesaikan.

Dalam upaya mencapai *Sustainable competitive advantage*suatu organisasi sektor swasta maupun publikharuslah menghadapi tantangan baik tekanan internal maupun eksternal. Salah satu pendekatannya adalah bagaimana mengefektifkan potensi sumberdaya yang ada dengan menciptakan keunggulan kompetitif.

UMKM saat ini merupakan tumpuan hidup warga Indonesia menengah kebawah dalam berwirausaha.UMKM juga mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, sebab selain memberi kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional juga dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Pengembangan UMKM dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Disamping itu tingkat penciptaan lapangan kerja lebih tinggi pada usaha mikro daripada yang terjadi di perusahaan besarMengetahui pentingnya UMKM di Indonesia, SCA-2 kali ini mengangkat tema UMKM yang bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya peranan UMKM di Indonesia.

Dengan hadirnya proceeding ini kami berharap dapat memberikan manfaat yang positif bagi para pembacanya.

Ketua Panitia
Seminar Nasional dan Call For Paper

Daryono, SE, MBA
NIP. 19761012 200912 1 002

Sambutan Dekan

Dalam Acara

Seminar Nasional Sustainable Competitive Advantage 2 (SCA-2)

Assalamualaikum Wr. Wb

Salam sejahtera untuk kita semua

Bapak Ibu dan hadirin Yang saya hormati:

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang, karena atas ijin-Nya, pada hari ini dapat berkumpul di sini untuk bersama-sama mengikuti acara yaitu Seminar Nasional dengan tema:

Sustainable Competitive Advantage 2 (SCA – 2)

Bapak, Ibu dan hadirin yang berbahagia,

Seminar nasional Sustainable Competitive Advantage 2 (SCA-2) saat ini tetap melanjutkan tema "Sustainable Competitive Advantage 1" sebelumnya karena keunggulan bersaing merupakan syarat mutlak suatu organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan yang semakin kompleks.

Pada saat ini telah banyak konsep, model, strategi-strategi ataupun pendekatan-pendekatan yang dikemukakan oleh para pakar untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan di berbagai industri, diantaranya Porter, dengan Porter's Five Forces Approach (PFA) nya, Barney dengan Resource-based Approach (RBA) nya, serta Dyer dan Singh dengan Relational Approach (RA) nya. Strategi-strategi tersebut dibuat dengan harapan agar suatu perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing dibandingkan dengan para pesaingnya. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Porter (1999), bahwa : " The goal of much of business strategy is to achieve a sustainable competitive advantage".

Diadakannya Seminar Nasional dan Call for Paper tentang *Sustainable Competitive Advantage* ke 2, kami harapkan dapat menjadi wahana bagi para akademisi dan praktisi dalam bertukar pikiran tentang bagaimana membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi organisasi swasta maupun organisasi publik.

Akhir kata, selamat mengikuti seminar nasional ini beserta rangkaian kegiatan pendukungnya. Semoga apa yang kita lakukan hari ini akan menjadi bermanfaat bagi kemajuan kita di masa depan.

Amien, ya rabbal 'alamin
Terima kasih atas perhatiannya.
Billahi taufik wal hidayah
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 21 November 2012

Dekan

Dr. Pramono Hariadi, MS
NIP. 196003301985031006

DAFTAR REVIEWER

- Prof. Dr. Agus Suroso, MS.
- Prof. Dr. Siti Nurhayati, MS.
- Prof. Dr. Tatiek Nurhajatie, MM.
- Dr. Haryadi, M.Sc
- Dr. Pramono Hari Adi, MS.
- Dr. Suliyanto, SE, MM.
- Drs. Achmad Sudjadi, M.Sc., Ph.D
- Dr. Umar Mei, M.Si
- Wiwiek Rabiatul Adawiyah, M.Sc., Ph.D

JADWAL ACARA
SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS
SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2
Purwokerto, 21 November 2012

Waktu	Ruangan	Keterangan
07.30 – 08.45	Gedung Roedhiro Fakultas Ekonomi UNSOED	Registrasi Peserta
08.45 – 09.00		Hiburan
09.00 – 09.15		Pembukaan dan Sambutan
09.15 – 09.55		Pembicara I Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Jateng (Strategi Pembangunan UMKM di Jateng)
09.55 – 10.35		Pembicara II Peneliti Senior dan Deputi Direktur Bank Indonesia (Peranan BI dalam Meningkatkan UMKM)
10.35 – 11.15		Pembicara III Rektor Universitas Ciputra (Strategi Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan)
11.15 – 11.40		Sesi Tanya Jawab
11.40 – 12.55	***Ishoma (istirahat, sholat, dan makan)***	
12.55 – 13.15	Gedung Magister Manajemen UNSOED	Registrasi Peserta Call for Paper
13.15 – 14.45		Call for Papers Session 1
14.45 – 15.15		Sholat dan Coffee Break
15.15 – 16.45		Call For Papers Session 2
16.45 – 17.00		Penjurian
17.00 – 17.15		Pengumuman Pemenang dan Penutupan Acara

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG JADE
Moderator : Weni Novandari, S.E., M.M.

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Sri Retno Handayani, Intan Shaferi, Alisa Tri Nawarini	Enterpreneurship Orientation And Business Strategies Role To Achieve Competitive Advantage In The Small And Medium Enterprise	STG
13.25 – 13.35	Ekaningtyas Widiastuti, Sulistyandari, Retno Widuri	Organizational Learning Based On Intellectual Capital As The Srategics Role To Achieve Sustainable Competitive Advantages	STG
13.35 – 13.45	Endang Tjahjaningsih	Improving Transformative Learning Through Innovation Diversity In Achieving Business Performance	STG
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	N. Agus Sunarjanto, Herlina Yoka Roida, Astri Christiana	Analysis Of The Internationalization Strategy Of The Engagement And Ownership Of Family In East Java With Variable Control Of Innovation, Sales, And Assets : Review Of Agency Theory	STG
14.10 – 14.20	Siti Mahmudah	Orientation Entrepreneurship, Marketing Capabilities, And The Role Of Government Policy Effects On Performance Of The Company And Its Impact On The Industry Competitive Advantages Pekalongan Batik Batik With China In Tanah Abang Market	STG
14.20 – 14.30	Muliadi Palesangi, Ria Satyarini	Share Ideas, Network, And Collaboration	STG
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Tri Kurniawati Etty Puji Lestari	The Sme Development Based On Leading Commodities	STG
15.25 – 15.35	Suyono, Mujiono, Tarjoko	Feasibility Of Organic Rice Caltivation In Banyumas District	STG
15.35 – 15.45	Eling Purwanto Jati, Suci Indriati, Dwiwiyati Astogini, Siti Zulaikha Wulandari	Analysis Of Attitude And Society Intention In Developing Batik Creative Industry In Gambarsari Village Kemangkon Sub – Districk Purbalingga Regency	STG
15.45 – 16.00	**Sesi Pertanyaan**		

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG TOPAZ
Moderator : Dr. Suliyanto, SE, MM.

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Fitri Ambarwati, Paskah Ika Nugroho	Operational Audit Program For Small And Medium Enterprises (Smes)	STG
13.25 – 13.35	Siti Zulaikha Wulandari, Asteria Pudyantini, Yayat Giyatno	Analysis The Influence Of Adversity Quotient Networking And Capital Through The Enterpreneurial Intentions Of Unsoed's Student	STG
13.35 – 13.45	Maria Mia Kristanti	Sustainable Competitive Advantages To Solve Social Problem Through Sustainable Value Creation In Indonesia	STG
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	Ninuk Muljani, P.Julius F. Nagel	Intelligence Entrepreneurship (Entre Q) To Improve Competitiveness Of Smes	STG
14.10 – 14.20	Lena Ellitan, Cyrillius Martono	The Relevancy Business Environment And Business Performance Optimization Strategies In Manufacturing Small And Medium Scale Companies In Indonesia	STG
14.20 – 14.30	Gatot Prabantoro	Efficiency And Effectiveness Of Sme Marketing Communications In Entering The Global Market Through Improving Internet-Based Information Technology Knowledge Of Sme Actors	STG
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Krisnhoe Rachmi Widyahayu	Exploration The Impact Of Knowledge Management Toward Growth And Competitive Advantage Of Umkm In Banyumas Residence	STG
15.25 – 15.35	Endro Yuwono, Taufik Budhi Pramono, Rahab	Student Enterpreneurial Management Strategies Based On Science And Technology	STG
15.35 – 15.45	**Sesi Pertanyaan**		

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG EMERALD
Moderator: Refius Pradipta, SE, M.Si

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Devi Ayuni	The Influence Of Excellent Service Towards Student Graduate Satisfaction At Management Study Program In Economic Faculty Of Open University	MKT
13.25 – 13.35	Hesti Maheswari, Mochammad Rizki, Riyan Chandra	Evaluation Of Product Quality Bags Bodypack Fulfilling Customer Satisfaction	MKT
13.35 – 13.45	Matheous Tamonsang, Lestari	The Analysis Of Marketing Mix Of Telephone Service And Its Influence To Residential Users Decision In Consuming Telephone (Case Study At Kandantel Surabaya)	MKT
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	Nurul Maesaroh, Pipin Sukandi	The Influence Of Product Attributes On Purchases Decision Samsung Android Dealer At Samsung Bandung Electronic Centre	MKT
14.10 – 14.20	Nadia Rachmawati, Pamela Magdalena	Analysis Of Effect Of Atmosphere Store And Product Package Pricing Strategy To Consumer Interest Buy At Grocery Store *7- Eleven*	MKT
14.20 – 14.30	Pramono Hariadi, Nur Prasetyo Eko Wibowo	The Influence Of Corporate Social Responsibility To Corporate Reputation	MKT
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Sri Wahyuni Siti Safaria	Analysis Of Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Of Loyalty In Independent Bank (Limited), Tbk Jakarta Branch Thamrin Nine	MKT
15.25 – 15.35	Sonata Christian	The Influence Of Retailing Mix Performance To Customer Value And Customer Satisfaction At CBR's Health Retailing Store Bandung	MKT
15.35 – 15.45	Yelli Eka Sumadhinata	The Influence Of Brand Image On Consumer Purchase Decision Process At Widyatama University (Case Study Faculty Business And Management)	MKT
15.45 – 16.00	**Sesi Pertanyaan**		
16.00 – 16.10	Ade Irma Anggraeni	The Management Of Intangible Assets In The Organization	MKT
16.10 – 16.20	Moh. Khoiruddin, Anindya Ardiansari	Identification Of Consumer Behavior In An Effort To Increase The Competitiveness Of Small-Scale Retail Businesses In The City Of Semarang	MKT
16.20 – 16.30	**Sesi Pertanyaan**		

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG SAPPHIRE
Moderator : Ratno Purnomo, SE, M.Si

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Amiartuti Kusmaningtyas, Prana Okta Priyana	The Influence Of Compensation And Organization Climate On Work Motivation And Their Impact On Employee Performance Of Bank Xxx Corporation At Tanjung Perak	HRM
13.25 – 13.35	Asep Kurniawan	The Influence Of The Competence And Commitment Of Both Partial And Stimultaneous Impact On Employee Productivity Based On Supervisor Perception (Survey On The Star Hotel In West Java)	HRM
13.35 – 13.45	Elis Dwiana Ratnamurni	The Influence Of Leadership And Investment Decisions On Small Business Performance On Small Business Agro Food And Beverage In West Java	HRM
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	Mudji Rahardjo, Nuuferulla Kurniantyas Pangastiti	Analysis The Influence Of Family Social Support To The Burnout Of Nurses At A Mental Hospital (Study In The Prof. Dr. Soerojo Mental Hospital In Magelang)	HRM
14.10 – 14.20	Rini Nugraheni	Analysis The Influence Of Emotional Intelligence And Organizational Culture On OCB And The Impact On Employees Performance (Study In Telogorejo Hospital, Semarang)	HRM
14.20 – 14.30	Tri Prihatini K. Sarah Indah Wardani	The Effect Of Job Involvement And Organization's Commitment To The Management Of Change (Study In Division Of Mineral PT Harita Group)	HRM
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Wahyudin Larisa Pradisti Sumarsono Siti Zulaikha Wulandari	Dimension Of Religiosity And Its Effects To The Organizational Citizenship Behaviour (OCB) (Study In Jenderal Soedirman University)	HRM
15.25 – 15.35	AskarYunianto, Sih Darmi Astuti	The Role Of Professional Commitment Against The Desire To Move Through Organizational Commitment, Motivation, And Job Satisfaction The Auditor (Study On Kap In Central Java And Yogyakarta)	HRM
15.35 – 15.45	I Putu Sugiartha Sanjaya	Family As The Ultimate Ownership Affects To Firm Performance	HRM
15.45 – 16.00	**Sesi Pertanyaan**		
16.00 – 16.10	Muslikh M. Noor	Analyze The Influence Of Organizational Commitment, Organizatioan Learning Visionary, Manajerial Competence And Networking Competence Towards	HRM

		Performance Of Private Higher Education In Kopertis Region Jakarta	
16.10 – 16.20	Hermin Endratno	Role Of Corporate Culture In Enhancing Competitiveness Of Companies In The Multicultural Era	HRM
16.20 – 16.30	Havid Sularso, Atiek Sri Purwati, Miranti Wulandari	Analysis Of The Turnover Intentions	HRM
16.30 – 16.45	**Sesi Pertanyaan**		
16.45 – 16.55	Daryono	Implementation Of Couching And Counseling Model For Personal Development	HRM
16.55 – 17.05	Ratno Purnomo	Analysis Multilevel And Cross Level In The Field Organizational Behaviour (The Example Of Explanation Of Organizational Justice Climate)	HRM
17.05 – 17.15	**Sesi Pertanyaan**		

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG RUBY
Moderator : Rio Dhani Laksana, SE, M.Si

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Bambang Sudiyatno, Moch. Irsad	Study Of Three Factors Model Fama And French In Indonesia Stock Exchange (Study On The Stock Lq 45)	FIN
13.25 – 13.35	Indra Cahya Kusuma Ade Budi Setiawan Maria Ulfa	Empowerment Of Cooperatives And MSMEs In Bogor City Based On Cooperative Accounting And Capital Planning	FIN
13.35 – 13.45	Jubaedah Jenji Gunaedi Argo	The Influence Of Investment Decision, Capital Decision And Financial Performance On The Company Values In Manufacture Company Registered In Indonesian Stock Market	FIN
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	Listijowati Hadinugroho, Haris Sakti Yudha	Analysis Factors That Influencing *Capital Adequacy Ratio* On The General Bank In Indonesia	FIN
14.10 – 14.20	Tiara Kusuma Hapsari Prasetiono	Analysis The Influenced Of CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, And Concentrate Ratio To The ROA (Study To General Bank That Listing In Indonesia Stock Exchange 2005-2009)	FIN
14.20 – 14.30	Tjahjani Murdijaningsih	Sarbanes Oxley Role In The Ditections Financial Statemen Fraud In Telkom To Support Good Corporate Governance	FIN
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Nina Angraeni Wiwiek R. Adawiyah Najmudin	The Influence Of Economic Value Added, Market Value Added, Return On Assets, Return On Equity, And Earning Per Share On Stock Returns (Study On Miscellaneous Industry Companies)	FIN
15.25 – 15.35	Tiara Patmasari Wiwiek R. Adawiyah Najmudin	The Effect Of Price To Book Value, Number Of Trading, And Trading Volume On Abnormal Return After Suspended Trading Period	FIN
15.35 – 15.45	**Sesi Pertanyaan**		

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG RAPAT
Moderator : Dian Purnomo Jati, SE, M.Si

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Erna Lovita	Application Of "Clouds Computing" In SMEs Simple Accounting Process For Effective And Efficient Efforts To Penetrate Global Markets	FIN
13.25 – 13.35	Fahmi Fathurahman Kartikawati Danusasmita	Analysis The Differences In Portfolio Performance, Between Portfolio From 12 Shares Lq45 And Share Mutual Funds Lq45 Based On Sharpe, Treynor And Jensen Method In The Period February 2008 – January 2012	FIN
13.35 – 13.45	Devid Puji Ariyanto Adi Wiratno Sukirman	The Influence Of Capital And Accounting Science Understanding Of The Interests Of Students To Entrepreneurship *(Case Study Of A Student Accounting Jenderal Soedirman University)*	FIN
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	Sodikun, A D Marsono	The Prediction Of Banking Stocks Book Value In 2012 Using Pricing Multiple Models An Empirical Study On Banking Stocks In Indonesia Stock Exchange	FIN
14.10 – 14.20	Yudha Aryo Sudibyo	Anti Corruption Through The Addition *Red Flags* Into Auditing Course	FIN
14.20 – 14.30	Lely Fera Triani	Analysis The Influenced Between Value Of Stock Trading, Usd Exchange Rate, And Bank Indonesia Certificate Rate On Indonesia Composite Index In Indonesia Stock Exchange (IDX)	FIN
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Siti Resmi	Analysis On Taxation Aspects In Public Service Agencies	FIN
15.25 – 15.35	Herry Subagyo	Determination Factors Of Capital Structure Policy And Firm Value In Indonesia Stock Exchange	FIN
15.35 – 15.45	**Sesi Pertanyaan**		

JADWAL PRESENTASI MAKALAH PESERTA
RUANG CEMPAKA
Moderator : Agus Arifin, S.E., M.Sc.

WAKTU	PRESENTER	JUDUL	TRACK
13.15 – 13.25	Iriani Ismail	Public Service And Satisfaction Of Community In Cooperation Msmes.Office, Bangkalan District, Madura	ECO
13.25 – 13.35	Achmad Abidin Ishak	Utilization Of Haji Flight To Export Products Of Micro, Small, And Medium Enterprises (Msmes)	ECO
13.35 – 13.45	Imas Maesaroh Lely Fera Triani	Determinant Of The Amount Of Money Circulating In Indonesia (Review Money Supply (M2) 2006-2011)	ECO
13.45 – 14.00	**Sesi Pertanyaan**		
14.00 – 14.10	A. Gima Sugiama	The Synergistic Model Of Quality Service Design Of Green Open Space Asset Through Qfd	ECO
14.10 – 14.20	Andy Mulyana Rini Dwiyani Hadiwidjaja	The Role Of Financial Institutions In The Development Of Micro Small And Medium Enterprises (SMEs)	ECO
14.20 – 14.30	Yasnimar Ilyas Desi Harsanti Resista Vikaliana	Industrial Village Development (Village Development Model Based On Core Competence)	ECO
14.30 – 14.45	**Sesi Pertanyaan**		
14.45 – 15.15	**COFFEE BREAK**		
15.15 – 15.25	Desyana Yulianti, Hedwigis Esti R	The Influence Of Macroeconomics Indicators To Import Rice In Indonesia	ECO
15.25 – 15.35	Tamjuddin	Independent Of Small And Medium Enterprises (SMEs) In Indonesia's Economics Growth	ECO
15.35 – 15.45	Herry Sutanto	The Existence Of Bmt Management In Public Economics	ECO
15.45 – 16.00	**Sesi Pertanyaan**		
16.00 – 16.10	Agus Suroso, Nuryanti Taufik	Investment And Development Of Border Regions	ECO
16.10 – 16.20	Dian Purnomo Jati, Eduardus Yudhistira	Opportunity And Potential Analysis On Region Investment In West Java And Central Java (Brebes Regency, Cirebon Regency, And Kuningan Regency)	ECO
16.20 – 16.30	Suhartono	The Role Of Rural Bank In Increasing The Success Of Small And Medium Enterprise Sector	ECO
16.30 – 16.45	**Sesi Pertanyaan**		
16.45 – 16.55	Sri Lestari Refius Pradipta	The Identification Of Excellent Products And Potential Products To Support Sub-District Sumpiuh Vision's To Become City Transit	ECO
16.55 – 17.05	Agus Arifin	Analysis Of Household Consumption Of Coconut Sugar Farmers In Sumedo Village, Pekuncen District, Banyumas Regency	ECO
17.05 – 17.15	**Sesi Pertanyaan**		

DAFTAR ISI

Kata Pengantar iii
Sambutan Dekan iv
Daftar Reviewer vi
Jadwal Acara vii
Jadwal Presentasi Makalah viii
Daftar Isi xvi

MARKETING MANAGEMENT

The Influence of Excellent Service towards Student Graduate Satisfaction at Management Study Program in Economic Faculty of Open University
Devi Ayuni *2*

Evaluation of Product Quality Bags Bodypack Fulfilling Customer Satisfaction
Hesti Maheswari, Mochammad Rizki, Riyan Chandra *23*

The Analysis of Marketing Mix of Telephone Service and Its Influence to Residential Users Decision in Consuming Telephone (Case Study at Kandantel Surabaya)
Matheous Tamonsang, Lestari *36*

The Influence of Product Attributes on Purchases Decision Samsung Android Dealer at Samsung Bandung Electronic Centre
Nurul Maesaroh, Pipin Sukandi *51*

Analysis of Effect of Atmosphere Store and Product Package Pricing Strategy to Consumer Interest Buy at Grocery Store *7- Eleven*
Nadia Rachmawati, Pamela Magdalena *62*

Analysis of Influence of Service Quality and Customer Satisfaction of Loyalty in Independent Bank (Limited), Tbk Jakarta Branch Thamrin Nine
Sri Wahyuni, Siti Safaria *87*

The Influence of Retailing Mix Performance to Customer Value and Customer Satisfaction at CBR's Health Retailing Store Bandung
Sonata Christian *109*

The Influence of Brand Image on Consumer Purchase Decision Process at Widyatama University (Case Study Faculty Business and Management)
Yelli Eka Sumadhinata *127*

The Management of Intangible Assets in The Organization
Ade Irma Anggraeni *141*

STRATEGICS MANAGEMENT

Analysis of The Internationalization Strategy of The Engagement and Ownership of Family in East Java With Variable Control of Innovation, Sales, and Assets : Review Of Agency Theory
N. Agus Sunarjanto, Herlina Yoka Roida, Astri Christiana..... *152*

Organizational Learning Based on Intellectual Capital as The Srategics Role to Achieve Sustainable Competitive Advantages
Ekaningtyas Widiastuti, Sulistyandari, Retno Widuri..... *165*

Analysis of Attitude and Society Intention in Developing Batik Creative Industry in Gambarsari Village Kemangkon Sub – District Purbalingga Regency
Eling Purwanto Jati, Suci Indriati, Dwiwiyati Astogini, Siti Zulaikha Wulandari..... *177*

Improving Transformative Learning through Innovation Diversity in Achieving Business Performance
Endang Tjahjaningsih *191*

Operational Audit Program for Small and Medium Enterprises (SMEs)
Fitri Ambarwati, Paskah Ika Nugroho..... *207*

Efficiency and Effectiveness of SME Marketing Communications in Entering the Global Market through Improving Internet-Based Information Technology Knowledge of SME Actors
Gatot Prabantoro *219*

Exploration The Impact of Knowledge Management toward Growth and Competitive Advantage of UMKM in Banyumas Residence
Krisnhoe Rachmi Fitrijati, Widyahayu *230*

The Relevancy Business Environment and Business Performance Optimization Strategies in Manufacturing Small and Medium Scale Companies in Indonesia
Lena Ellitan, Cyrillius Martono..... *249*

Sustainable Competitive Advantages to Solve Social Problem through Sustainable Value Creation in Indonesia
Maria Mia Kristanti *271*

Intelligence Entrepreneurship (Entre Q) to Improve Competitiveness of SMEs
Ninuk Muljani, P.Julius F. Nagel *338*

Analysis The Influence of Adversity Quotient Networking and Capital through The Enterpreneurial Intentions of Unsoed's Student
Siti Zulaikha Wulandari, Asteria Pudyantini, Yayat Giyatno..... *349*

Enterpreneurship Orientation and Business Strategies Role to Achieve Competitive Advantage in The Small and Medium Enterprise
Sri Retno Handayani, Intan Shaferi, Alisa Tri Nawarini *362*

Feasibility of Organic Rice Caltivation in Banyumas District
Suyono, Mujiono, Tarjoko *372*

Orientation Entrepreneurship, Marketing Capabilities, and The Role of Government Policy Effects on Performance of The Company and Its Impact on The Industry Competitive Advantages Pekalongan Batik With China in Tanah Abang Market
Siti Mahmudah..... *384*

Student Enterpreneurial Management Strategies Based on Science and Technology
Endro Yuwono, Taufik Budhi Pramono, Rahab *397*

The SME Development Based on Leading Commodities
Tri Kurniawati, Etty Puji Lestari..... *406*

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

The Influence of Compensation and Organization Climate on Work Motivation and Their Impact on Employee Performance of Bank XXX Corporation at Tanjung Perak
Amiartuti Kusmaningtyas, Prana Okta Priyana..... *418*

The Influence of The Competence and Commitment of Both Partial and Stimultaneous Impact on Employee Productivity Based on Supervisor Perception (Survey On The Star Hotel In West Java)
Asep Kurniawan..... *438*

The Influence of Leadership and Investment Decisions on Small Business Performance on Small Business Agro Food and Beverage in West Java
Elis Dwiana Ratnamurni *462*

Analysis of The Turnover Intentions
Havid Sularso, Atiek Sri Purwati, Miranti Wulandari *478*

Role of Corporate Culture in Enhancing Competitiveness of Companies in The Multicultural Era
Hermin Endratno..... *493*

Analysis Multilevel and Cross Level in The Field Organizational Behaviour (The Example of Explanation of Organizational Justice Climate)
Ratno Purnomo *506*

The Effect of Job Involvement and Organization's Commitment to The Management of Change (Study in Division of Mineral PT Harita Group)
Tri Prihatini K., Sarah Indah Wardani *523*

Dimension of Religiosity and Its Effects to The Organizational Citizenship Behaviour (OCB) (Study in Jenderal Soedirman University)
Wahyudin, Larisa Pradisti, Sumarsono, Siti Zulaikha Wulandari..... *535*

The Role of Professional Commitment Against The Desire to Move through Organizational Commitment, Motivation, and Job Satisfaction The Auditor (Study on KAP in Central Java and Jogja)
AskarYunianto, Sih Darmi Astuti *549*

Family as The Ultimate Ownership Affects to Firm Performance
I Putu Sugiartha Sanjaya *568*

Analyze The Influence of Organizational Commitment, Organizatioan Learning Visionary, Manajerial Competence and Networking Competence towards Performance of Private Higher Education in Kopertis Region Jakarta
Muslikh M. Noor *589*

Implementation of Couching and Counseling Model for Personal Development
Daryono, Achmad Sudjadi *608*

ANALISIS PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP OCB DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA KARYAWAN
Rini Nugraheni *615*

ECONOMICS AND DEVELOPMENT

Analysis of Household Consumption of Coconut Sugar Farmers in Sumedo Village, Pekuncen District, Banyumas Regency
Agus Arifin *638*

The Role of Financial Institutions in The Development of Micro Small and Medium Enterprises (SMEs)
Andy Mulyana, Rini Dwiyani Hadiwidjaja *627*

The Synergistic Model of Quality Service Design of Green Open Space Asset through QFD
A. Gima Sugiama *637*

Public Service and Satisfaction of Community in Cooperation MSMEs.Office, Bangkalan District, Madura
Iriani Ismail *658*

Industrial Village Development (Village Development Model Based on Core Competence)
Yasnimar Ilyas, Desi Harsanti, Resista Vikaliana *670*

Utilization of Haji Flight to Export Products of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)
Achmad Abidin Ishak *683*

The Influence of Macroeconomics Indicators to Import Rice in Indonesia
Desyana Yulianti, Hedwigis Esti R. *698*

The Existence of BMT Management in Public Economics
Herry Sutanto *711*

Investment and Development of Border Regions
Agus Suroso, Nuryanti, Taufik *724*

Opportunity and Potential Analysis on Region Investment in West Java and Central Java (Brebes Regency, Cirebon Regency, and Kuningan Regency)
Dian Purnomo Jati, Eduardus Yudhistira *749*

Determinant of The Amount of Money Circulating In Indonesia (Review Money Supply (M2) 2006-2011)
Imas Maesaroh, Lely Fera Triani *763*

The Role of Rural Bank in Increasing The Success of Small and Medium Enterprise Sector
Suhartono..... *780*

The Identification of Excellent Products and Potential Products to Support Sub-District Sumpiuh Vision's to Become City Transit
Sri Lestari, Refius Pradipta..... *788*

FINANCIAL AND ACCOUNTANCY

Study of Three Factors Model Fama and French in Indonesia Stock Exchange (Study on The Stock LQ 45)
Bambang Sudiyatno, Moch. Irsad..... *798*

Sarbanes Oxley Role in The Ditections Financial Statemen Fraud in Telkom to Support Good Corporate Governance
Tjahjani Murdijaningsih..... *813*

The Influence of Capital and Accounting Science Understanding of The Interests of Students to Entrepreneurship (Case Study of A Student Accounting Jenderal Soedirman University)
Devid Puji Ariyanto, Adi Wiratno, Sukirman..... *827*

Application of "Clouds Computing" in SMEs Simple Accounting Process for Effective and Efficient Efforts to Penetrate Global Markets
Erna Lovita..... *845*

Analysis The Differences in Portfolio Performance, Between Portfolio From 12 Shares LQ45 and Share Mutual Funds LQ45 Based on Sharpe, Treynor and Jensen Method in The Period February 2008 – January 2012
Fahmi Fathurahman, Kartikawati Danusasmita..... *854*

Empowerment of Cooperatives and MSMEs in Bogor City Based on Cooperative Accounting and Capital Planning
Indra Cahya Kusuma, Ade Budi Setiawan, Maria Ulfa..... *872*

The Influence of Investment Decision, Capital Decision and Financial Performance on The Company Values in Manufacture Company Registered in Indonesian Stock Market
Jubaedah, Jenji Gunaedi Argo..... *884*

Analysis Factors That Influencing *Capital Adequacy Ratio* on The General Bank in Indonesia
Listijowati Hadinugroho, Haris Sakti Yudha *896*

The Prediction of Banking Stocks Book Value in 2012 Using Pricing Multiple Models (an Empirical Study on Banking Stocks in Indonesia Stock Exchange)
Sodikun, A D Marsono..... *908*

Analysis The Influenced Of CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, and Concentrate Ratio to The ROA (Study to General Bank That Listing in Indonesia Stock Exchange 2005-2009)
Tiara Kusuma Hapsari, Prasetiono..... *925*

Analysis The Influenced Between Value of Stock Trading, USD Exchange Rate, and Bank Indonesia Certificate Rate on Indonesia Composite Index in Indonesia Stock Exchange (IDX)
Lely Fera Triani..... *956*

The Influence of Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, Return on Equity, and Earning Per Share on Stock Returns (Study on Miscellaneous Industry Companies)
Nina Angraeni, Wiwiek R. Adawiyah, Najmudin..... *975*

The Effect of Price to Book Value, Number of Trading, and Trading Volume on Abnormal Return After Suspended Trading Period
Tiara Patmasari, Wiwiek R. Adawiyah, Najmudin..... *983*

Determination Factors of Capital Structure Policy and Firm Value in Indonesia Stock Exchange
Herry Subagyo..... *990*

Analysis on Taxation Aspects in Public Service Agencies
Siti Resmi *1005*

MARKETING MANAGEMENT

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS

"SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

Purwokerto, 21 November 2012



JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

DAN

HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN





THE INFLUENCE OF EXCELLENT SERVICE TOWARDS STUDENT GRADUATE SATISFACTION AT MANAGEMENT STUDY PROGRAM IN ECONOMIC FACULTY OF OPEN UNIVERSITY

Devi Ayuni[1)]
E-mail: devi@ut.ac.id
[1)] Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

ABSTRACT

Open University (UT) is the first university that using distance learning systems. Therefore, some important aspects that must be possessed by students in this learning system are the desire and ability to learn independently, and then motivation to progress and develop. Open University (UT) needs to provide excellent service to support and motivate the student. Based on the existing problems, the purpose of this study were to analyze the affect of excellent service toward the satisfaction of a student graduate at Management Study Program in Economic Faculty of Open University. This study used Crosstabs analysis and Rank Spearman correlation analysis. From the analysis showed that excellent service significantly affect student satisfaction. Correlation analysis showed that service excellence provides an indication that the increase in distance learning service should be oriented to achieve student satisfaction.

Keywords: *excellent service, student graduate satisfaction.*

ABSTRAK

Universitas Terbuka (UT) merupakan universitas pertama yang menggunakan sistem pembelajaran jarak jauh. Oleh karena itu, beberapa aspek penting yang harus dimiliki oleh mahasiswa dalam sistem pembelajaran jarak jauh ini adalah keinginan dan kemampuan untuk belajar mandiri, dan kemudian motivasi untuk maju dan berkembang. Oleh karena itu UT perlu memberikan pelayanan yang terbaik untuk mendukung dan memotivasi mahasiswa. Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan lulusan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka. Penelitian ini menggunakan analisis *Crosstabs* dan analisis korelasi Rank Spearman. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan prima secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Sedangkan hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa pelayanan prima memberikan indikasi bahwa peningkatan layanan pembelajaran jarak jauh harus berorientasi pada peningkatan kepuasan mahasiswa.

Kata Kunci: pelayanan prima, kepuasan mahasiswa lulusan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Universitas Terbuka (UT) adalah Perguruan Tinggi Negeri yang pertama menggunakan sistem belajar jarak jauh. Tujuannya adalah untuk memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada seluruh warga negara Indonesia agar dapat memperoleh pendidikan tinggi tanpa harus terhambat oleh ruang (lokasi tempat tinggal) dan waktu (kesempatan yang tersedia atau dimiliki). Universitas Terbuka sesuai dengan namanya mengedepankan sifat terbuka dalam arti menerima calon mahasiswa tanpa membatasi tahun ijazah, usia, masa studi, kondisi sosial, kondisi ekonomi, status pekerjaan, latar belakang pendidikan, maupun tempat tinggal. Batasan yang ada hanyalah bahwa setiap mahasiswa UT harus sudah menamatkan jenjang pendidikan menengah atas (SMA atau yang sederajat). Sistem Pendidikan Jarak Jauh (SPJJ) yang diterapkan oleh UT tidak dilaksanakan secara tatap muka. Oleh karena itu beberapa aspek penting yang harus dimiliki oleh mahasiswa dalam sistem belajar ini adalah keinginan dan kemampuan untuk belajar mandiri, serta motivasi untuk maju dan berkembang.

Banyaknya mahasiswa yang lulus lebih dari empat tahun terjadi pada setiap fakultas yang ada di UT. Salah satunya adalah Fakultas Ekonomi (Fekon) khususnya Program Studi Manajemen. Berdasarkan data Biro Administrasi Akademik Perencanaan dan Monitoring Universitas Terbuka (BAAPM UT) tahun 2010, mahasiswa yang lulus lebih dari empat tahun pada periode 2005 sampai dengan 2009 pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Jakarta yaitu sekitar 87% atau sebesar 662 mahasiswa. Banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi, antara lain motivasi mahasiswa yang masih rendah dan pelayanan yang masih kurang maksimal. Dalam menghadapi masalah ini, maka Fekon UT perlu memberikan layanan bantuan bagi mahasiswa untuk mendukung dan memotivasi kebutuhan, kondisi mahasiswa sehingga dapat memenuhi kepuasan mahasiswa tersebut.

Untuk mencapai suatu layanan yang baik dalam dunia pendidikan tinggi, perlu adanya pelayanan prima *(service excellence)* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Hal ini bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi bila pelayanan dilakukan dengan baik, maka Fekon UT akan dapat meraih manfaat yang besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

Kepuasan dan loyalitas mahasiswa kepada UT dapat diraih melalui pelayanan prima yang menjadi salah satu faktor penting dalam menghadapi persaingan. Untuk itu sebagai satu-satunya lembaga pendidikan yang menerapkan sistem pendidikan jarak jauh secara penuh, UT tidak dapat menghindarkan diri dari persaingan global. Di masa mendatang tidak tertutup kemungkinan cara dan sistem pembelajaran jarak jauh juga akan ditawarkan oleh lembaga pendidikan lain. Oleh karena itu UT diharapkan dapat memberikan dan menyediakan pelayanan prima yang sesuai dengan tuntutan dan harapan mahasiswa. Bila tidak, hal ini akan menimbulkan

ketidakpuasan bagi mahasiswa yang dapat berakibat pada perginya para mahasiswa kepada lembaga pendidikan lain yang mampu memberikan pelayanan prima sebagaimana yang mereka harapkan.

Berdasarkan kondisi permasalahan yang terjadi, maka diperlukan penelitian untuk meneliti pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan mahasiswa lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka. Dari uraian kondisi permasalahan yang terjadi, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah "*Bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan mahasiswa lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka?"* Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan mahasiswa lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka. Sedangkan manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pimpinan Universitas Terbuka khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen dalam mengambil kebijakan yang lebih baik lagi dalam rangka memberikan pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa serta memberikan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Tinjauan Pustaka

Fawad (2009) mengevaluasi tentang kepuasan mahasiswa dalam industri jasa pendidikan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan mahasiswa. Untuk bersaing dan berkembang di sektor pendidikan, institusi pendidikan harus mengidentifikasi apa yang menjadi prioritas utama untuk mahasiswa, dan berdasarkan hal tersebut mahasiswa harus menyampaikan apa yang mereka harapkan dari perguruan tinggi. Selain itu, Hasan (2008) mengkaji tentang kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa: studi kasus pada perguruan tinggi swasta. Dalam penelitian ini mengkaji tentang beberapa faktor dalam kualitas layanan antara lain *tangibility*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy*. Bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan siswa. Dengan meningkatkan kualitas layanan, berpotensi meningkatkan kepuasan siswa, dan itu adalah prioritas lembaga-lembaga tinggi karena fakta bahwa mereka harus bersaing untuk mendapatkan ketertarikan dari mahasiswa untuk belajar di institusinya. Dua dimensi dalam layanan yaitu perhatian dan jaminan merupakan faktor paling penting dalam menjelaskan kepuasan mahasiswa. Sedangkan Barata (2003) pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima *(service excellence)* yang dijelaskan oleh beberapa penulis. Barata (2003) bahwa pelayanan prima *(service excellence)* terdiri dari

6 unsur pokok, antara lain 1) kemampuan *(ability)* adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relations* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi atau perusahaan. 2) sikap *(attitude)*, adalah perilaku atau sikap yang harus selalu ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Pelanggan akan menjadi betah tergantung bagaimana sikap dan tingkah laku. 3) penampilan *(appearance)*, adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik maupun non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. 4) perhatian *(attention)*, adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya. 5) tindakan *(action)*, adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan secara profesional di bidangnya. 6) tanggung jawab *(accounttability)*, adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Banyak pakar yang memberikan definisi terhadap konsep kepuasan pelanggan. Pakar Cadotte dalam Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Selain itu, kepuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan (Tjiptono, 2008). Jadi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan.

Iswanto (2003), dalam penelitiannya berjudul *"Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Universitas Terbuka"* membahas tentang faktor pelayanan UT yang dianggap penting dan faktor pelayanan yang dianggap tidak penting bagi mahasiswa, sehingga UT dapat mencurahkan sumberdayanya secara khusus untuk memenuhi faktor tersebut. Pelayanan yang unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Elhaitammy dalam Tjiptono, 1996). Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas jasa/pelayanan UT masih kurang baik, yaitu (1) *inseparability*, yaitu jasa diberikan dan diterima pada saat yang bersamaan. Dengan kata lain, UT dalam memberikan jasa/pelayanan membutuhkan kehadiran dan partisipasi mahasiswa. Di sini dapat timbul masalah yang berkaitan dengan interaksi antara UT dengan mahasiswa. Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan UT sebagai pemberi jasa dapat berpengaruh terhadap persepsi

mahasiswa pada kualitas jasa yang diterimanya. Contoh: ketidakterampilan karyawan UT dalam melayani mahasiswa, cara berpakaian karyawan, tuturkata dan sopan santun, dan sebagainya. (2) kurangnya dukungan dari pihak manajemen UT. Dukungan manajemen diperlukan agar karyawan memberikan jasa secara efektif. Dukungan tersebut dapat berupa peralatan, pelatihan keterampilan, maupun dukungan informasi. Dan tidak kalah pentingnya adalah pemberdayaan karyawan dalam pemecahan masalah mahasiswa. (3) kesenjangan komunikasi.

Giantari (2008), dalam penelitiannya berjudul "*Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Proses Belajar Mengajar di Program Diploma III FE UNUD"* membahas tentang kepuasan mahasiswa terhadap proses belajar mengajar di Program Diploma III FE Unud. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa Program Diploma III FE Unud secara keseluruhan termasuk klasifikasi cukup puas. Hal ini tercermin dari hasil analisis kesesuaian antara kinerja dengan tingkat kepentingan mahasiswa yang memberikan hasil sebesar 83,32%. Implikasi strategis hasil penelitian guna meningkatkan kepuasan mahasiswa adalah dengan memberikan prioritas kepada variabel-variabel yang menurut mahasiswa memiliki tingkat kepentingan tinggi seperti kemampuan dosen dalam memberikan perkuliahan, kerapihan dan kenyamanan fasilitas perkuliahan, kesigapan karyawan dalam melayani keluhan mahasiswa, memberikan jaminan nilai tepat waktu, penjadualan ujian her yang tepat waktu dan lebih mengontrol masa studi mahasiswa.

METODE ANALISIS

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa lulusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Jakarta. Pemilihan populasi ini diharapkan dapat relevan dengan fokus kajian dari penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mengirimkan kuesioner kepada mahasiswa yang lulus lebih dari 4 tahun, dengan pertimbangan bahwa mahasiswa tersebut memiliki banyak pengalaman yang berkaitan dengan pelayanan prima yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UT. Dengan demikian, kesan, pesan, dan citra yang mereka sampaikan akan memiliki bobot yang cukup representatif dan meyakinkan. Kuesioner dikirimkan kepada seluruh responden melalui *email* dan telepon. Jumlah mahasiswa atau populasi adalah 662 mahasiswa. Dari pengiriman kuesioner sebanyak 662 responden tersebut, hanya 161 responden (24%) yang mengirimkan kembali berkas kuesioner berikut jawabannya.

Berdasarkan pendapat Gray (1976) dalam Umar (2008) menyatakan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif, maka ukuran sampel minimal sebanyak 10% dari

populasi dan untuk populasi yang relatif kecil minimal sebesar 20% dari populasi, sedangkan penelitian yang bersifat deskriptif korelasional maka ukuran sampel minimal sebanyak 30 subyek. Oleh sebab itu jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 161 respoden (24%) sudah memenuhi syarat.

Definisi Operasional Variabel

Berikut ini adalah definisi variabel-variabel operasional yang akan diteliti.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Pelayanan Prima (X)	Suatu sikap atau cara dalam melayani mahasiswa secara memuaskan.	a. Kemampuan b. Sikap c. Penampilan d. Perhatian e. Tindakan f. Tanggung Jawab
Kepuasan (Y)	Kinerja aktual yang dirasakan mahasiswa.	a. Biaya Pendidikan b. Kinerja

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah wawancara dilengkapi dengan daftar pertanyaan (kuesioner) yang dikirimkan kepada responden melalui *email* dan telepon. Hal ini dilakukan karena responden yang tersebar di berbagai wilayah di Jakarta, kesibukan responden, dan keterbatasan waktu penelitian. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer guna menguji fakta, persepsi, sikap dan perilaku responden terhadap pelayanan prima, serta kepuasan mahasiswa. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup yang jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tinggal memilih alternatif jawaban yang tersedia. Penentuan skor menggunakan skala Likert dengan pilihan jawaban yang disesuaikan dengan pertanyaan.

Teknik Analisis Data

Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, penelitian ini menggunakan skala Likert.

Skala Likert adalah skala interval dimana dalam pengukurannya menggunakan pernyataan tentang pendapat, sikap, persepsi seseorang terhadap sesuatu fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Dengan skala ini respoden diminta memberi respon terhadap setiap pertanyaan dengan memilih salah satu diantara lima pilihan. Berikut ini adalah tabel skala Likert dan bobot nilai jawaban responden.

Tabel 2. Skala Likert dan Bobot Nilai Jawaban Responden

No.	Jawaban	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 15.0 *for windows*.

Analisis *Crosstabs* (Tabel Silang)

Crosstabs disebut juga sebagai tabel ketergantungan atau *contingency tables*. Menurut Santoso (2003) *Crosstabs* adalah sekedar menampilkan kaitan antara dua atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom. Analisis *crosstabs* merupakan analisis yang menyajikan data dalam bentuk tabulasi silang, yang meliputi baris serta kolom. *Crosstabs* menghasilkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dua atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas. Adapun data untuk penyajian *crosstabs* adalah data kuantitatif.

Pada penelitian ini penggunaan analisis *crosstabs* untuk mengetahui kaitan antara pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa.

Korelasi Rank Spearman

Analisis korelasi Rank Spearman digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi (hubungan) antara faktor-faktor atau variabel pada pelayanan prima terhadap kepuasan mahasiswa, serta mengukur besarnya derajat keeratan hubungan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Umar (2008) langkah untuk melakukan proses korelasi Rank Spearman adalah sebagai berikut.

a. Statistik Hitung

Rumus yang dipakai adalah sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n (n^2 - 1)}$$

Dimana:

r_s = Koefisien korelasi Rank Spearman

d = Perbedaan antara pasangan jenjang

n = Jumlah pasangan

b. Keputusan Pengujian

Jika nilai peluang > nilai nyata, artinya tidak terdapat hubungan yang nyata antara dua variabel. Jika nilai peluang < nilai nyata, artinya terdapat hubungan yang nyata antara dua variabel.

Nilai Rank Spearman akan berada pada selang -1 hingga +1, semakin mendekati -1 atau +1 artinya korelasi antara kedua peubah semakin erat. Menurut Santoso (2003) dalam penafsiran korelasi berkenaan dengan besaran angka, maka angka

korelasi untuk Rank Spearman berkisar pada 0 (tidak ada korelasi sama sekali) dan 1 (korelasi sempurna). Sebagai pedoman, maka angka korelasi > 0,5 menunjukkan korelasi yang kuat, sedangkan < 0,5 menunjukkan korelasi yang lemah.

HASIL ANALISIS

Hasil Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat mewakili obyek yang diamati. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dan hasilnya akan dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi r. Uji coba kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner memenuhi syarat sah atau tidak untuk dijadikan sebagai data utama penelitian.

Sebagai penelitian awal, kuesioner diberikan kepada 30 orang responden. Kuesioner yang diberikan terdiri dari pertanyaan yang berkaitan dengan karakteristik responden dan pertanyaan tertutup mengenai aspek-aspek yang diamati. Pertanyaan yang sahih tersebut dianggap dapat menjadi tolok ukur aspek-aspek yang akan diamati. Sedangkan pertanyaan yang tidak sahih, artinya pertanyaan tersebut tidak memenuhi syarat sah untuk diolah lebih lanjut

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat diandalkan dan dapat dijadikan sebagai alat ukur, apabila pengukuran diulangi. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's Alpha* pada selang kepercayaan 95%. Hasil perhitungan uji reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Jumlah Pertanyaan	Keterangan
Pelayanan Prima	0,959	50	Andal
Kepuasan	0,905	21	Andal

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Dari hasil pengujian reliabilitas dengan *Alpha Cronbach* untuk semua atribut yaitu $r_{11} > 0,8$. Artinya kuesioner tersebut reliabel dengan nilai reliabilitas kuesioner yang tinggi karena berada pada *range* 0,8 – 1,0. Oleh karena itu kuesioner yang disebarkan dapat diandalkan untuk dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

Analisis *Crosstabs* (Tabel Silang)

Penelitian ini menggunakan analisis *crosstabs*, yaitu untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hubungan Pelayanan Prima dengan Kepuasan Mahasiswa

		Kepuasan Mahasiswa		
		Sedang	Tinggi	Total
Pelayanan Prima	Sedang	28 (60,9%)	18 (39,1%)	46 (100%)
	Tinggi	48 (59,3%)	33 (40,7%)	81 (100%)
	Sangat Tinggi	8 (23,5%)	26 (76,5%)	34 (100%)
	Total	84 (52,2%)	77 (47,8%)	161 (100%)

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Mahasiswa yang memiliki persepsi bahwa pelayanan prima sedang umumnya memiliki persepsi sedang terhadap pelayanan prima yaitu sebanyak 60,9%. Sedangkan mahasiswa yang memiliki persepsi bahwa pelayanan prima tinggi umumnya memiliki persepsi tinggi terhadap pelayanan prima yaitu sebanyak 40,7%.

Analisis Uji Korelasi Rank Spearman

Selain menggunakan analisis *crosstabs*, penelitian ini juga menggunakan analisis uji korelasi Rank Spearman. Berikut ini hubungan pelayanan prima dilihat dari unsur kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dengan kepuasan mahasiswa.

Hubungan Pelayanan Prima berdasarkan Unsur Kemampuan dengan Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman, maka hubungan antara pelayanan prima berdasarkan unsur kemampuan dengan kepuasan mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 5.

Hubungan antara kemampuan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,388 yang sangat nyata pada taraf $\alpha = 0{,}000$. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara kemampuan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin mampu karyawan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi maka mahasiswa akan semakin puas.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Pelayanan Prima berdasarkan Kemampuan dengan Kepuasan Mahasiswa

Pelayanan Prima berdasarkan Kemampuan	Korelasi	Sig.
Kemampuan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi	0,388	0,000
Kemampuan memberikan materi tutorial online	0,333	0,000
Tutor memiliki pengetahuan yang luas	0,303	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Hubungan antara kemampuan memberikan materi tutorial online dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,333 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara kemampuan memberikan materi tutorial online dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin mampu tutor dalam memberikan materi tutorial online maka mahasiswa akan semakin puas.

Hubungan antara tutor memiliki pengetahuan yang luas dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,303 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara tutor memiliki pengetahuan yang luas dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin mampu tutor memiliki pengetahuan yang luas maka mahasiswa akan semakin puas.

Pada Tabel 6 dapat dilihat besarnya hubungan masing-masing unsur kemampuan dalam pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa berdasarkan peringkat. Bahwa kemampuan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi, kemampuan memberikan materi tutorial online, dan tutor memiliki pengetahuan yang luas memiliki hubungan mendekati agak kuat dampaknya pada kepuasan mahasiswa. Hal ini memberikan indikasi bahwa pelayanan prima yang terkait dengan pelayanan jarak jauh yang lebih kuat hubungannya dengan kepuasan mahasiswa.

Melayani mahasiswa melalui alat komunikasi merupakan hal yang harus diperhatikan dalam pelayanan jarak jauh. Oleh karena itu memberikan pelayanan melalui alat komunikasi seperti email, forum komunitas UT online, telepon, fax, ataupun surat harus cepat diberi respon. Karena alat komunikasi ini dianggap paling cepat oleh mahasiswa.

Tabel 6. Peringkat Korelasi Pelayanan Prima Berdasarkan Kemampuan dengan Kepuasan Mahasiswa

Peringkat	Pelayanan Prima Berdasarkan Kemampuan	Korelasi
1	Kemampuan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi	0,388
2	Kemampuan memberikan materi tutorial online	0,333
3	Tutor memiliki pengetahuan yang luas	0,303

Selain itu kemampuan tutor dalam memberikan materi tutorial online juga berdampak pada kepuasan mahasiswa. Disini tutor dituntut untuk mengemas materi pembelajaran jarak jauh dengan semenarik mungkin, sehingga mahasiswa tidak merasa bosan untuk membaca materi yang diberikan. Materi yang diberikan kepada mahasiswa tidak berbelit-belit, menggunakan kalimat yang mudah dimengerti, dan diberikan contoh.

Kemudian tutor memiliki pengetahuan yang luas juga memiliki indikasi pada kepuasan mahasiswa. Pengetahuan yang luas sangat dituntut agar tutor dapat memberikan materi tutorial online yang tidak monoton, lebih banyak disertai dengan contoh-contoh kasus. Selain itu dengan pengetahuan yang luas, tutor dapat menjawab pertanyaan yang dilontarkan oleh mahasiswa dengan jawaban yang memuaskan.

Hubungan Pelayanan Prima berdasarkan Unsur Sikap dengan Kepuasan Mahasiswa

Hubungan antara bersikap ramah dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,370 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara bersikap ramah dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin karyawan bersikap ramah maka mahasiswa akan semakin puas. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Pelayanan Prima berdasarkan Sikap dengan Kepuasan Mahasiswa

Pelayanan Prima berdasarkan Sikap	Korelasi	Sig.
Bersikap ramah	0,370	0,000
Bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa	0,405	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Hubungan antara bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,405 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara bersikap positif

dengan melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin karyawan bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa maka mahasiswa akan semakin puas.

Tabel 8. Peringkat Korelasi Pelayanan Prima Berdasarkan Sikap dengan Kepuasan Mahasiswa

Peringkat	Pelayanan Prima Berdasarkan Sikap	Korelasi
1	Bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa	0,405
2	Bersikap ramah	0,370

Pada Tabel 8 memberikan indikasi bahwa pelayanan prima dengan melayani pertanyaan atau permintaan lebih dirasakan dampaknya terhadap kepuasan mahasiswa. Melayani pertanyaan atau permintaan ini dilakukan melalui telepon atau layanan informasi yang ada di website UT.

Oleh karena itu sebaiknya setiap mahasiswa yang dilayani, harus dilayani dengan sikap yang positif. Segala bentuk pertanyaan atau permintaan yang diajukan harus dilayani dengan sebaik mungkin, diberikan *feedback* atau umpan balik yang cepat, dan diberikan solusi sampai tuntas. Selain itu, mahasiswa menginginkan pelayanan yang ramah. Pelayanan yang ramah akan membuat mahasiswa merasa nyaman dan senang.

Selain itu terdapat unsur-unsur lain dalam sikap, seperti memberi senyum memiliki nilai korelasi yang sangat lemah dengan kepuasan mahasiswa yaitu < 0,20. Hal ini mengindikasikan bahwa senyum semanis apapun tidak akan kelihatan secara online atau jarak jauh. Sehingga pelayanan yang bersifat jarak jauh seperti melayani pertanyaan atau permintaan melalui layanan informasi di website UT lebih perlu diprioritaskan.

Hubungan Pelayanan Prima berdasarkan Unsur Penampilan dengan Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman, maka hubungan antara pelayanan prima berdasarkan unsur penampilan dengan kepuasan mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 9.

Dapat diketahui bahwa hubungan antara peralatan/teknologi informasi yang mutakhir dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,312 yang sangat nyata pada taraf $\alpha = 0{,}000$. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara peralatan/teknologi informasi yang mutakhir dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin mutakhir peralatan/teknologi informasi yang digunakan maka mahasiswa akan semakin puas.

Sedangkan hubungan antara tersedianya brosur yang jelas dan lengkap dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,403 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara tersedianya brosur yang jelas dan lengkap dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan mendekati kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin tersedianya brosur yang jelas dan lengkap maka mahasiswa akan semakin puas.

Tabel 9. Hasil Uji Korelasi Pelayanan Prima berdasarkan Penampilan dengan Kepuasan Mahasiswa

Pelayanan Prima berdasarkan Penampilan	Korelasi	Sig.
Peralatan/teknologi informasi yang mutakhir	0,312	0,000
Tersedianya brosur yang jelas dan lengkap	0,403	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Kemudian besarnya hubungan masing-masing unsur penampilan dalam pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa berdasarkan peringkat dapat dilihat pada Tabel 10. Sesuai dugaan dalam *distance learning* bahwa tersedianya brosur yang jelas dan lengkap dan peralatan/teknologi informasi yang mutakhir yang paling terasa bagi kepuasan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hakikat UT sebagai universitas yang menggunakan sistem pembelajaran jarak jauh, sehingga memberikan indikasi untuk memprioritaskan hal-hal yang bersifat pelayanan jarak jauh.

Tabel 10. Peringkat Korelasi Pelayanan Prima Berdasarkan Penampilan dengan Kepuasan Mahasiswa

Peringkat	Pelayanan Prima Berdasarkan Penampilan	Korelasi
1	Tersedianya brosur yang jelas dan lengkap	0,403
2	Peralatan/teknologi informasi yang mutakhir	0,312

Bahwa tersedianya brosur yang jelas dan lengkap memiliki hubungan mendekati kuat dengan kepuasan mahasiswa. Sedangkan peralatan/teknologi informasi yang mutakhir memiliki hubungan mendekati agak kuat dengan kepuasan mahasiswa.

Tersedianya brosur yang jelas dan lengkap sangat diperlukan dalam pelayanan jarak jauh, karena selain melalui informasi secara online, informasi secara cetak juga diperlukan mahasiswa. Brosur ini dapat dikirimkan kepada calon mahasiswa atau mahasiswa yang ingin menempuh pendidikan jarak

jauh, seperti mahasiswa kerja sama dengan berbagai instansi atau dibagikan pada saat kegiatan wisuda dan pameran-pameran. Brosur yang disediakan juga harus *update*, artinya apabila ada perbaikan kurikulum atau program studi sebaiknya brosur harus cepat diganti dengan yang terbaru.

Peralatan/teknologi informasi yang mutakhir sangat mendukung pelayanan prima yang terkait dengan pelayanan jarak jauh, karena semua sistem yang digunakan menggunakan teknologi informasi. Oleh karena itu teknologi yang digunakan harus terus berkembang. Seperti teknologi dalam tutorial online yang lebih mudah aplikasinya agar mudah dimengerti oleh mahasiswa cara penggunaannya, teknologi sistem informasi bahan ajar yaitu untuk mengetahui bahan ajar yang sudah usang dan perlu direvisi, bahan ajar yang sudah harus dicetak, dan bahan ajar yang harus dikirim ke Unit Progran Jarak Jauh (UPBJJ).

Sedangkan hal-hal lain dalam unsur penampilan seperti berpenampilan menarik, ruang perpustakaan nyaman dan memadai, sarana parkir yang luas, dan kamar mandi/toilet yang bersih memiliki korelasi yang sangat lemah yaitu < 0,30. Hal ini berarti bahwa mahasiswa jarang datang ke kampus, jadi jarang menggunakan sarana perpustakaan, sarana parkir, dan toilet sehingga korelasinya rendah. Berbeda bagi kampus reguler atau konvensional yang menganggap sangat penting semua sarana tersebut. Nampak disini bahwa tersedianya brosur yang jelas dan lengkap serta teknologi informasi yang mutakhir korelasinya jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penampilan menarik, ruang perpustakaan nyaman dan memadai, sarana parkir yang luas, dan kamar mandi/toilet yang bersih sehingga tidak terlalu dianggap relevan terhadap kepuasan mahasiswa. Mahasiswa *distance learning* jarang datang ke kampus dan mereka lebih membutuhkan teknologi informasi yang mutakhir.

Hubungan Pelayanan Prima berdasarkan Unsur Perhatian dengan Kepuasan Mahasiswa

Selain kemampuan, sikap, dan penampilan maka unsur lain dari pelayanan prima adalah perhatian. Hubungan antara pelayanan prima berdasarkan unsur perhatian dengan kepuasan mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Korelasi Pelayanan Prima berdasarkan Perhatian dengan Kepuasan Mahasiswa

Pelayanan Prima berdasarkan Perhatian	Korelasi	Sig.
Membantu memecahkan masalah mahasiswa	0,381	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Dari Tabel 11 dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman, ternyata hanya membantu memecahkan masalah yang memiliki korelasi yang mendekati agak kuat dengan kepuasan mahasiswa dengan

nilai korelasi sebesar 0,381 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara membantu memecahkan masalah dengan kepuasan mahasiswa. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin masalah yang dihadapi mahasiswa dapat dipecahkan maka mahasiswa akan semakin puas.

Pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa membantu memecahkan masalah sangat diperlukan oleh mahasiswa. Segala bentuk masalah yang dihadapi mahasiswa baik yang bersifat akademik dan administrasi dapat dipecahkan dan diberikan solusi melalui layanan informasi yang ada di Fakultas Ekonomi. Dengan demikian pelayanan yang bersifat jarak jauh seperti membantu memecahkan masalah mahasiswa melalui layanan informasi yang ada perlu diprioritaskan.

Tabel 12. Peringkat Korelasi Pelayanan Prima Berdasarkan Perhatian dengan Kepuasan Mahasiswa

Peringkat	Pelayanan Prima Berdasarkan Perhatian	Korelasi
1	Membantu memecahkan masalah mahasiswa	0,381

Sedangkan unsur lain dalam perhatian seperti perpustakaan dengan koleksi buku yang lengkap memiliki nilai korelasi yang sangat lemah yaitu < 0,2, hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak tertarik untuk menambah ilmu diluar materi yang diberikan pada BMP. Jadi untuk menjawab soal-soal ujian mereka hanya mengacu pada BMP saja, mereka tidak tertarik untuk menggunakan fasilitas perpustakaan. Selain itu mahasiswa mengira bahwa buku-buku yang ada di perpustakaan hanya boleh dipinjam oleh karyawan UT saja. Padalah perpustakaan tersebut berlaku untuk umum. Untuk itu perlu adanya sosialisasi atau informasi yang berkaitan dengan perpustakaan, bahwa mahasiswa UT juga bisa meminjam buku-buku yang ada di perpustakaan UT.

Hubungan Pelayanan Prima berdasarkan Unsur Tindakan dengan Kepuasan Mahasiswa

Selanjutnya akan dibahas mengenai hubungan antara pelayanan prima berdasarkan unsur tindakan dengan kepuasan mahasiswa. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman, maka hubungan antara pelayanan prima berdasarkan unsur tindakan dengan kepuasan mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Korelasi Pelayanan Prima berdasarkan Tindakan dengan Kepuasan Mahasiswa

Pelayanan Prima berdasarkan Tindakan	Korelasi	Sig.
Bertindak cepat dan	0,310	0,000

tepat dalam menyediakan informasi yang lengkap di internet		
Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian	0,375	0,000
Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi wisuda	0,357	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Dari Tabel 13 dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman, maka hubungan antara bertindak cepat dan tepat dalam menyediakan informasi di internet dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,310 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara bertindak cepat dan tepat dalam menyediakan informasi di internet dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin karyawan bertindak cepat dan tepat dalam menyediakan informasi di internet maka mahasiswa akan semakin puas.

Hubungan antara bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,375 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin karyawan bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian maka mahasiswa akan semakin puas.

Hubungan antara bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi wisuda dengan kepuasan mahasiswa memiliki nilai korelasi sebesar 0,357 yang sangat nyata pada taraf α = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang nyata dan positif antara bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi wisuda dengan kepuasan mahasiswa, dengan hubungan yang mendekati agak kuat. Hubungan yang nyata dan positif menunjukkan bahwa semakin karyawan bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi wisuda maka mahasiswa akan semakin puas.

Pada Tabel 14 dapat dilihat besarnya hubungan masing-masing unsur tindakan dalam pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa berdasarkan peringkat. Sesuai dugaan dalam *distance learning* bahwa bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian di website, pemberian informasi wisuda, dan informasi di internet memberikan indikasi bahwa semua pelayanan prima yang terkait dengan pelayanan jarak jauh yang lebih kuat hubungannya dengan kepuasan mahasiswa.

Tabel 14. Peringkat Korelasi Pelayanan Prima Berdasarkan Tindakan dengan Kepuasan Mahasiswa

Peringkat	Pelayanan Prima Berdasarkan Tindakan	Korelasi
1	Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian	0,375
2	Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi wisuda	0,357
3	Bertindak cepat dan tepat dalam menyediakan informasi yang lengkap di internet	0,310

Dan ternyata konsisten segala sesuatu yang terkait dengan pelayanan jarak jauh seperti internet, online dan sebagainya memiliki nilai korelasi > 0,30. Hal ini memberikan indikasi bahwa layanan yang bersifat jarak jauh yang relatif efektif bagi mahasiswa.

Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian di website menjadi prioritas dalam pelayanan prima yang terkait dengan tindakan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi nilai ujian sangat penting bagi mahasiswa, jadi informasi ini harus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi wisuda juga menjadi prioritas dalam tindakan, karena pada dasarnya mahasiswa kurang mengetahui bahwa sebenarnya mereka sudah memenuhi syarat kelulusan. Oleh karena itu informasi ini harus cepat disampaikan kepada mahasiswa agar mahasiswa tidak terlambat untuk mendaftar wisuda.

Dalam bertindak cepat dan tepat menyediakan informasi di internet dibutuhkan informasi yang selalu *update*. Informasi ini sangat diperlukan bagi mahasiswa, karena interaksi mereka yang paling efektif adalah melalui internet.

Namun unsur lain seperti bertindak cepat dan tepat dalam pelayanan perpustakaan dan prosedur/peraturan pelayanan tidak berbelit-belit memiliki korelasi yang lemah yaitu < 0,30. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang ada dilokasi (bukan jarak jauh) tidak dianggap perlu oleh mahasiswa sehingga memiliki korelasi yang lemah dengan kepuasan mahasiswa. Dengan demikian pelayanan yang bersifat jarak jauh seperti pemberian informasi nilai ujian di website UT, pemberian informasi wisuda di website UT, dan informasi yang lengkap di internet lebih perlu diprioritaskan.

Prioritas Hubungan Pelayanan Prima dengan Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman besarnya hubungan masing-masing unsur pelayanan prima dengan kepuasan mahasiswa yang memiliki nilai korelasi terbesar adalah unsur sikap yaitu Fakultas Ekonomi harus bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa melalui layanan

informasi yang ada pada website UT karena hal ini memiliki dampak paling besar pada kepuasan mahasiswa.

Tabel 15 memberikan indikasi bahwa pelayanan prima yang terkait dengan pelayanan jarak jauh memiliki hubungan yang lebih kuat dengan kepuasan mahasiswa. Seperti bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa yang dapat dilakukan melalui telepon atau layanan informasi yang ada di website UT, tersedianya brosur yang jelas dan lengkap, melayani mahasiswa melalui alat komunikasi, membantu memecahkan masalah yang dihadapi mahasiswa, dan pemberian informasi nilai ujian. Hal ini jelas merupakan pelayanan jarak jauh yang harus menjadi prioritas dalam memberikan pelayanan prima.

Tabel 15. Peringkat Korelasi antara Pelayanan Prima dengan Kepuasan Mahasiswa

No.	Unsur	Pelayanan Prima	Korelasi
1	Sikap	Bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa	0,405
2	Penampilan	Brosur yang jelas dan lengkap	0,403
3	Kemampuan	Kemampuan melayani mahasiswa melalui alat komunikasi	0,388
4	Perhatian	Membantu memecahkan masalah mahasiswa	0,381
5	Tindakan	Bertindak cepat dan tepat dalam pemberian informasi nilai ujian	0,375

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 15.0 *for windows*

Sedangkan fakta menunjukkan bahwa pelayanan di lokasi (bukan pelayanan jarak jauh) menunjukkan nilai korelasi yang lemah dengan kepuasan mahasiswa. Hal ini memberikan indikasi bahwa pelayanan jarak jauh lebih kuat korelasinya dengan kepuasan mahasiswa. Beberapa pelayanan yang dilakukan dilokasi (bukan pelayanan jarak jauh) yang memiliki korelasi yang lemah dengan kepuasan mahasiswa antara lain memberi senyum dengan nilai korelasi sebesar 0,181, berpenampilan menarik dengan nilai korelasi 0,273, ruang perpustakaan nyaman dan memadai dengan nilai korelasi 0,267, tersedianya sarana parkir yang luas dengan nilai korelasi 0,237, kamar mandi/toilet yang bersih dengan nilai korelasi 0,167, dan perpustakaan dengan koleksi buku yang lengkap 0,191.

Dengan demikian dapat dimengerti mengapa senyum, berpenampilan menarik ruang perpustakaan nyaman dan memadai, tersedianya sarana parkir yang luas, kamar mandi/toilet yang bersih, dan perpustakaan dengan koleksi buku yang lengkap korelasinya lemah dengan kepuasan mahasiswa, karena pada *distance learning* mahasiswa jarang datang ke kampus, sehingga hal tersebut tidak akan terlihat secara online. Oleh karena itu dalam pelayanan prima yang harus diutamakan adalah pelayanan yang bersifat jarak jauh.

Implikasi Manajerial

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada mahasiswa dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan agar mahasiswa selalu loyal. Berdasarkan hasil analisis *crosstabs* yang dilakukan dalam penelitian ini, maka mahasiswa yang memiliki persepsi bahwa pelayanan prima sedang umumnya memiliki persepsi sedang terhadap pelayanan prima, sedangkan mahasiswa yang memiliki persepsi bahwa pelayanan prima tinggi umumnya memiliki persepsi tinggi terhadap pelayanan prima. Selain itu berdasarkan hasil analisis korelasi Rank Spearman ada indikasi bahwa layanan yang bersifat jarak jauh yang lebih memiliki hubungan dengan kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan hal tersebut berarti yang menjadi fokus perbaikan bagi Fakultas Ekonomi UT adalah pelayanan prima yang bersifat jarak jauh, seperti bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa melalui layanan informasi, ketersediaan brosur yang jelas dan lengkap, melayani mahasiswa melalui alat komunikasi, membantu memecahkan masalah mahasiswa dan pemberian informasi nilai ujian di website UT. Maka implikasi manajerial bagi Fakultas Ekonomi UT bahwa peningkatan pelayanan jarak jauh perlu lebih diutamakan untuk meraih kepuasan mahasiswa.

KESIMPULAN

Pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, bahwa mahasiswa yang memiliki persepsi bahwa pelayanan prima sedang umumnya memiliki persepsi sedang terhadap pelayanan prima, sedangkan mahasiswa yang memiliki persepsi bahwa pelayanan

prima tinggi umumnya memiliki persepsi tinggi terhadap pelayanan prima. Selain itu pelayanan prima memiliki hubungan yang nyata dan positif dengan kepuasan mahasiswa dengan korelasi tertinggi pada unsur sikap yaitu bersikap positif dalam melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa melalui layanan informasi.

Bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, oleh karena itu segala pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pemenuhan kepuasan mahasiswa pada pelayanan prima harus menjadi perhatian Fakultas Ekonomi UT. Bahwa pelayanan prima yang bersifat jarak jauh yang relatif lebih kuat hubungannya dengan kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu pelayanan yang bersifat jarak jauh harus menjadi perhatian utama bagi Fakultas Ekonomi UT, seperti bersikap positif melayani pertanyaan atau permintaan mahasiswa melalui layanan informasi, ketersediaan brosur yang jelas dan lengkap, melayani mahasiswa melalui alat komunikasi, membantu memecahkan masalah mahasiswa dan pemberian informasi nilai ujian.

Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kepuasan mahasiswa dengan menggunakan variabel bebas lainnya, sehingga penelitian ini menjadi berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

Barata, A. A. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Gramedia. Jakarta.

Fawad, Husain, Hanim, Fernando, Yudi, Nejati, Mostafa. 2009. *Education Service Delivery and Students' Satisfaction: A Study of Private Colleges In Malaysia*. Global Business and Management Research: An International Journal.

Giantari. 2008. *Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Proses Belajar Mengajar di Program Diploma III FE UNUD.* Buletin Studi Ekonomi Volume 13 Nomor 1 Tahun 2008.

Hasan, H. Ilias, Rahman, Razak. 2008. *Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study At Private Higher Education Institution*. Journal of International Business Research Volume 1 Nomor 3.

Hasibuan, S. P. M. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia. CV. Bumi Aksara. Jakarta.

Iswanto, Y. 2003. *Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Universitas Terbuka*. Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh Volume 4 Nomor 2.

Koontz, Harold, Cyril O'Donnel dan Heinz Weihrich. 2001. *Manajemen*. Erlangga. Jakarta

Puspitasari, K.A. 2007. Dalam Universitas Terbuka: *Perkembangan Universitas Terbuka: Perjalanan Mencari Jati Diri Menuju PTJJ Unggulan.* Universitas Terbuka. Jakarta.

Reeve, Johnmarshall. Hyungshim Jang. 2006. *What Teachers Say and Do to Support Students' Autonomy During a Learning Activity*. Journal

of Educational Psychology Volume 98, n. 1, p. 209.

Santoso, Singgih. 2003. *Aplikasi Excel dalam Statistik Bisnis*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Sumarsono, S. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Universitas Terbuka. 2007. *Perkembangan Universitas Terbuka: Perjalanan Mencari Jati Diri Menuju PTJJ Unggulan.* Universitas Terbuka. Jakarta.

EVALUATION OF PRODUCT QUALITY BAGS BODYPACK FULFILLING CUSTOMER SATISFACTION

Hesti Maheswari, Mochamad Rizki, Riyan Chandra[1)]
e-mail : hesti.maheswari@gmail.com
[1)]Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu Buana

ABSTRACT

Regular daypack is a backpack type of bag products are widely used by consumers. The rapid development of regular daypack is marked by various type offered to customer. So far, customer demands for variations and invention are not fully filled. Therefore, this research aims to recommend the company to conduct regular daypack product redesign to meet customers' expectations and customer satisfaction through the quality function deployment (QFD) analysis. Consumer satisfaction is analyzed through eight quality dimensions: durability, reliability, perceived quality, aesthetic, serviceability, performance, feature, and conformance. These dimensions will be compared with the advantages of the technical characteristics of a product regular daypack. The analysis showed that there were five technical characteristics for redesign, namely: main raw material strength, upper width on front side, middle width on front side, rear height and placement of bag extra compartments. Redesigning these five items will meet customer's expectation.

Key words: quality function deployment, house of quality, regular daypack, customer satisfaction, redesign.

ABSTRAK

Regular daypack merupakan suatu produk tas jenis ransel yang sering digunakan oleh masyarakat. Perkembangan produk ini sangat cepat ditandai dengan banyaknya variasi-variasi produk yang ditawarkan pada konsumen. Sejauh ini, permintaan konsumen untuk variasi dan pengembangan belum semuanya terpenuhi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merekomendasikan kepada perusahaan agar membuat perancangan ulang produk *regular daypack* untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen melalui analisis *quality function deployment* (QFD). Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dianalisis melalui 8 dimensi kualitas: *durability, reliability, perceived quality, aesthetic, servicebility, performance, feature,* and *conformance*. Dimensi-dimensi ini akan dibandingkan dengan keuanggulan-keunggulan karakteristik teknis dari produk *regular daypack.* Hasil analsis menunjukkan bahwa terdapat 5 titik karakteristik teknis yang harus dirancang ulang, yaitu: kekuatan jenis bahan utama ransel, lebar atas bagian depan, lebar tengah bagian depan, tinggi bagian belakang, dan

penempatan kantung-kantung tas. Perancangan ulang pada kelima titik ini akan menciptakan produk berkualitas sesuai dengan harapan konsumen.

Key words: *quality fuction deployment*, *house of quality*, *regular daypack*, kepuasan konsumen, redisign.

PENDAHULUAN

Kesuksesan produk tergantung dari banyak hal, namun indikator yang paling tinggi dalam menilai produk yang berhasil adalah kesesuaiannya terhadap kebutuhan konsumen. Oleh karena itu proses desain pada produk adalah merupakan bagian terpenting bahkan dalam pengembangan produk. PT. Eksonindo Product Industry telah berhasil mendesain beberapa produk dan menguasai pasar Indonesia bahkan hingga ke luar negeri, seperti Libanon, Singapura, Filipina dan Jepang. Dalam penelitian ini produk yang akan diteliti adalah *Bodypack* dengan jenis tas *regular daypack.* Sadarnya perusahaan terhadap ketatnya persaingan maka menterjemahkan kebutuhan konsumen kedalam desain produk menjadi kegiatan yang sangat penting. Kebutuhan konsumen yang sangat beragam dan selalu berubah membuat perusahaan perlu mencari tahu kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tepat.

Bodypack adalah produk yang didesain lebih dinamis, dan sportif dengan ciri khas *streetwear* sehingga targetnya lebih spesifik untuk anak muda hingga dewasa. Penggunaan produk ini untuk kegiatan sehari-hari menuntut desain produk yang terbaik, kuat, ergonomis, namun tetap cantik. Jika semua unsur ini diabaikan oleh perusahaan, maka produk akan kalah bersaing dengan para pengikutnya. Tas ransel model *Bodypack* sangat banyak dengan beberbaai merek dan fungsi. Respon yang cepat terhadap kebutuhan konsumen akan membawa produk ini memeliki keunggulan kompetitif. Selain itu perusahaan harus menempatkan produk pada posisi *order winner* bukan sekedar pada *order qualifier*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki lima rumusan masalah, yiatu :

1. Perusahaan harus dapat memetakan apa yang diharapkan oleh para pelanggan *Bodypack* agar pada berbagai kesempatan melakukan desain ulang produk dapat mengeliminir kekurangannya. Selain itu perusahaan juga dapat menemukan desain produk yang sangat ditunggu-tunggu oleh pelanggan, sehingga para pencinta produk tidak akan pernah beralih ke produk pesaing.

2. Evaluasi pemenuhan harapan pelanggan terhadap produk dilakukan dengan menbandingkan kinerja produk sebenarnya dengan harapan para konsumen. Dari kegiatan in perusahaan dapat dengan cepat menangkap kualitas produk

sebenarnya dimata konsumen mereka.

3. Perusahaan berusaha menjelaskan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya.

4. dimiliki perusahaan tidak terlalu jauh dengan produk pesaing disisi lain harga pesaing jauh lebih murah, maka pelanggan akan cepat memutuskan untuk beralih ke produk pesaing.

5. Menentukan target desain ulang adalah langkah terakhir dari penelitian ini. Perusahaan harus dapat menentukan urutan prioritas pada titik technical characteristic yang mana perusahaan harus mendesain ulang atau memperbaiki desainnya.

METODE ANALISIS

Objek penelitian ini adalah para pengguna *Bodypack regular daypack* yang ditemui di gerai-gerai terutama di daerah Jakarta Barat. Peneliti mengambil 30 responden untuk diminta mengisi kuesioner dengan syarat, responden adalah pengguna produk dan mengetahui dengan baik produk-produk *bodypack* ini. Kuesioner penelitian dirancang dalam delapan dimensi kualitas menurut Garvin (2009), yang terdiri atas *durability, realibility, perceived quality, aesthetic, service ability, performance, feature,* dan *conformance* (tabel 1).

Metode analisa data dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas untuk instrument penelitian. Untuk

Sering ditemukan bahwa konsumen selalu membanding-bandingkan produk dengan produk pesaing, terutama dari sisi kualitas dan harga. Jika keunggulan produk yang

instrumen yang tidak valid harus dikeluarkan dan tidak menjadi alat yang dapat mengukur pemenuhan harapan konsumen. Langkah selanjutnya dengan menggunakan bahan *house of quality* (HOQ) akan dianalasis apakah produk sudah dapat memenuhi kebutuhan konsumen kemudian dengan teknik *quality function deployment* (QFD) akan ditelaah karakateristik teknik produk yang harus segera dilakukan desain ulang agar kekecewaan konsumen dapat berkurang bahkan tereliminasi. Teknik ini membagi ruang analisis menjadi 6 ruang, yaitu: 1) *Customer needs*, 2) *planning matrix*, 3) *Technical characteristics*, 4) *Relationship*, 5) *Technical Corelation*, dan 6) *Absolute & Relative Importance*. Keenam ruang ini akan diintegrasikan untuk membuat kesimpulan karakteristik teknis produk yang mana yang harus diprioritaskan untuk dilakukan desain ulang karena sudah dalam posisi terdesak oleh tuntutan konsumen. Membiarkan *technical characteristic* dalam posisi rawan akan memancing konsumen beralih ke produk pesaing.

Tabel 1. Variabel, Dimensi, dan indikator.

Variabel	Dimensi	Indikator
Durability	Bahan utama	Tidak mudah sobek
		Tahan gesek
		Lembut
	Jahitan	Kuat
	Bahan aksesoris	Ring pengunci kuat
		Ring sabuk kuat
		Resleting tidak mudah rusak
Realibility	Kelenturan	Lentur dalam pemakaian jangka lama
	Kenyamanan	Busa bagian belakang ransel
		Celah pada bagian belakang ransel
Perceived Quality	Promosi	Pengenalan produk melalui media elektronik
	Merk	Merek terkenal
		Merek bergengsi
	Harga	Terjangkau
Aesthetic	Model	Adventure look
		Jenis kantung tropis
		Jenis kantung ekstrim
		Model menyesuaikan fungsi
	Warna	Warna alam
		Warna tren
Service Ability	Diskon	Program diskon pada event tertentu
	Garansi	Garansi produk
	Customer Service	Terdapat layanan keluhan konsumen
Performance	Keistimewaan	Nyaman dalam pemakaian yang lama
		Terdapat tali dada
		Terdapat ikat pinggang panggul
Feature	Kelengkapan ruang	Ruang tambahan tas lengkap
		Organizer
	Kantung air	Flexy flash
Conformance	Ukuran	Tersedia variasi ukuran ransel
		Ruang utama yang luas

Sumber : data dari peneliti.

HASIL ANALISIS

Pada tahap awal penelitian dilakukan pemilihan item-item kuesioner yang paling sering dianggap penting oleh pelanggan dan valid serta reliabel sebagai instrumen penelitian, diantaranya: 1) *durability*: bahan utama tidak mudah sobek, bahan lembut, jahitan kuat, resleting tidak mudah rusak, 2) *performance*: Nyaman dalam pemakaian yang lama, 3) *reliability*: tetap lentur dalam pemakaian jangka lama, busa bagian belakang ransel, 4) *perceived quality*: harga terjangkau, 5) *aesthetic*: *adventure look*, model menyesuaikan fungsi, 6) *service ability*: produk berga-ransi, 7) *conformance*: tersedia variasi ukuran ransel, 8) *feature*: ruang utama yang luas, ruang tambahan yang lengkap. Untuk selanjutnya keempat belas item kuesioner inilah yang akan menjadi variabel dalam penelitian ini. Analisis juga dilakukan terhadap produk-pesaing diantaranya: Avtech, Giant, Consina, K2, dan Rei yang akan ditelaah pada ruang dua *planning matrix*, bagan *house of quality*. Namun karena hanya dua produk yang banyak dipilih oleh responden, yaitu *Avtech* (70%) dan *Giant* (76,67%) maka kedua produk inilah yang akan dibandingkan dengan *Bodypack*. Analisa pada ruang ini mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dan perbandingan dengan produk pesaing terhadap 14 variabel terpilih. Perbanding-an kepuasan konsumen terdapat produk *Bodypack*, *Avtech*, dan *Giant* (tabel 2).

Tabel 2. Customer Satisfaction Produk *Bodypack*, *Avtech*, dan *Giant*.

No	Customer Needs	Bodypack	Avtech	Giant
1	Bahan utama tidak mudah sobek	4,39	3,59	3,43
2	Bahan utama lembut	4,01	4,14	4,01
3	Jahitan Kuat	4,16	3,44	3,40
4	Resleting tidak mudah rusak	3,92	3,06	3,29
5	Ransel nyaman dalam pemakaian lama	4,26	3,58	3,98
6	Ransel tetap lentur walau telah lama dipakai	4,24	2,80	3,15
7	Busa pada belakang ransel	4,20	3,45	3,98
8	Harga terjangkau	3,59	4,43	3,55
9	*Advanture look*	4,20	3,44	4,11
10	Model menyesuaikan fungsi	4,36	3,73	3,89
11	Tersedia garansi produk	3,03	2,42	3,19
12	Tersedia variasi ukuran ransel	4,39	3,85	3,70
13	Ruang utama yang luas	4,99	4,29	4,49
14	Ruang tambahan yang lengkap	4,24	3,45	3,65

Sumber : data diolah peneliti

Dari tabel di atas tergambar bahwa pada beberapa variabel Bodypack tidak dapat unggul dibandingkan dua pesaingnya, seperti pada atribut: kelembutan bahan utama, keterjangkauan harga, dan garansi produk. Bahan utama yang baik adalah bahan yang kuat, lentur dan tidak kasar, sedangkan resleting yang baik adalah tahan dari karat jika terkena air. Untuk variabel harga memang sangat sulit untuk menang dari pesaing, karena kebanyakan konsumen tetap memilih harga yang lebih murah walau mereka sadar kualitas produk dibawah produk bodypack. Oleh karena itu perusahaan harus mensiasatinya dengan berbagai cara meisalnya memproduksi dalam jumlah besar agar biaya produksi jauh lebih murah. Untuk variabel garansi produk, disadari oleh perusahaan belum berjalan optimal dan belum ditanggapi dengan serius. Merk-merk tas interna-sional seperti Samsonite mengeluarkan garansi hingga satu tahun untuk seluruh produk tasnya.

Tabel 3. *Improvement Ratio Bodypack*

No.	Customer Needs	Improvement Ratio
1	Bahan utama tidak mudah sobek	1,139
2	Bahan utama lembut	1,247
3	Jahitan Kuat	1,442
4	Resleting tidak mudah rusak	1,276
5	Ransel nyaman dalam pemakaian lama	1,174
6	Ransel tetap lentur walau telah lama dipakai	1,179
7	Busa pada belakang ransel	1,190
8	Harga terjangkau	1,393
9	*Advanture look*	1,190
10	Model menyesuaikan fungsi	1,147
11	Tersedia garansi produk	1,320
12	Tersedia variasi ukuran ransel	1,139
13	Ruang utama yang luas	1,202
14	Ruang tambahan lengkap	1,415

Sumber : data diolah peneliti

Pada tahap selanjutnya dilakukan analisis nilai *improvement ratio*, dengan kriteria jika kurang dari atau sama dengan 1 maka tidak perlu dilakukan *improvement*, 1 – 1,5 dilakukan perbaikan sedang, dan lebih besar atau sama dengan 1,5 perlu dilakukan perbaikan menyeluruh. Nilai *improvement* rasio didapat dengan membagikan *goal* dengan *customer satisfaction performance*(tabel 3). Dari analisis improvement ratio berada pada angka anatar 1 – 1,5, hal ini berarti seluruh variabel menurut responden harus mendapat perbaikan walaupun masih dalam taraf sedang.

Ruang 3 bagan *house of quality*, *technical characteristics* produk *Bodypack regular daypack* dilakukan untuk menelaah kembali keunggulan-keunggulan dari produk perusahaan. Keunggulan produk ini harus dianalisis apakah masih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada ruang 3 bagan *house of quality* akan menter-jemahkan kebutuhan konsumen yang bersifat kualitatif menjadi kebutuhan konsumen yang bersifat kuantitatif dan dapat terukur. Melalui wawancara dengan pihak perusahaan, ditemukan dua puluh duakeunggulan produk *Bodypack*, yaitu: Kualitas bahan utama ransel, kualitas benang jahit, kualitas resleting, kualitas ring ransel, lebar atas bagian depan, lebar atas bagian belakang, tebal atas, tebal *back system*, jarak antar kantung, lebar tengah bagian depan, lebar tengah bagian bela-kang, tebal tengah, lebar bagian bawah, tebal bagian bawah, tinggi bagian depan, tinggi bagian belakang, lebar tali ransel, tebal tali ransel, berat ransel, penempatan kantung, warna cerah, dan garansi.

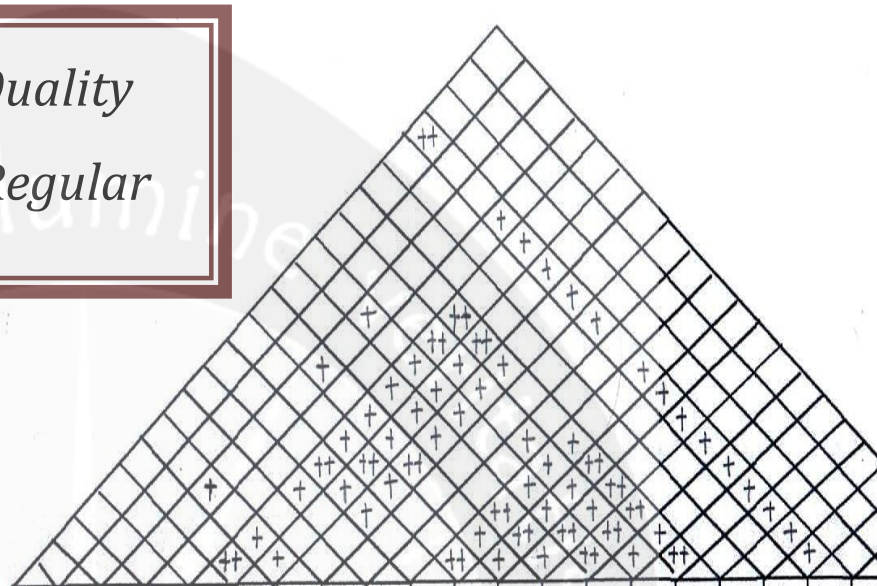
Korelasi kebutuhan konsumen (*customer needs*) dengan karakteristik teknis (*techni-cal characteristics*) dilakukan pada ruang 4 bagan *house of quality*. Analisis ruang 4 ini dilakukan dengan mewawancari pihak perusahaan kemudian kami menyimpulkan hubungan dalam tiga kategori yait sangat kuat (skor 9 lambang ●), sedang (skor 3 lambang ○), lemah (skor 1 lambang ▲), dan tidak berhubungan (skor 0 lambang kosong). Korelasi antar kebutuhan konsu-men dengan karakteristik teknis adalah proses awal menganalisis ruang 6 (*abso-lute & relative importance*), yaitu ruang yang menjelaskan karakteristik teknis mana yang harus dilakukan desain ulang segera.

Korelasi teknis (*technical correlation*) menunjukkan interaksi antar karakteristik teknis. Ruang 5 ini sangat berperan dalam mendukung kebijakan redesain pada ruang 6. Hubungan antara karakteristik teknis menggambarkan bahwa jika suatu karak-teristik sangat krusial untuk diperbaiki, maka karakteristik teknik yang lain yang memiliki tingkat hubungan yang kuat harus juga segera diperbaiki. Namun jika tidak terdapat hubungan dengan karak-teristik teknik yang akan diredesain maka karakteristik teknis tidak ikut diperbaiki. Dalam bagan house of quality, karak-teristik teknis digambar dalam bentuk *roof matrix*, yang menggambarkan atap dari seluruh hasil penelitian. Lambang yang digunakan adalah (++) untuk

kondisi hubungan kuat, (+) hubungan lemah, dan (kosong) tidak ada hubungan.

Ruang 6 bagan *house of quality*, seperti telah disinggung diatas, adalah ruang yang memberikan kesimpulan atribut produk mana yang harus segera dilakukan desain ulang karena sudah sangat jauh meyimpang dari selera, kebutuhan, dan harapan konsumen. Membiarkan atribut ini tanpa redesain sama dengan mem-biarkan konsumen memilih dan beralih pada produk pesaing. Respon yang cepat adalah salah satu cara memenangkan persaingan pasar pada persaingan global. Ruang ini juga bisa dilihat dari sisi sebaliknya yaitu konsumen merasa atribut itu sangat penting untuk diperhatikan, jangan sampai kualitasnya turun atau tidak sesuai. Pengurutan prioritas bukan karena atribut harus diperbaiki bahkan sebaliknya sudah baik dan harus dipertahankan.

House Of Quality
Bodypack Regular



No.	Customer needs	Kualitas bahan utama ransel	Kualitas benang jahit	Kualitas resleting	Kualitas ring ransel	Lebar atas bagian depan	Lebar atas bagian belakang	Tebal atas	Tebal *back system*	Jarak antar kantung	Lebar tengah bagian depan	Lebar tengah bagian belakang	Tebal tengah	Lebar bagian bawah	Tebal bagian bawah	Tinggi bagian depan	Tinggi bagian belakang	Lebar tali ransel	Tebal tali ransel	Berat ransel	Pengepatan kantung
	Technical Characteristics	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	2
1	Bahan utama tidak mudah sobek	●																			
2	Bahan utama lembut	●		○	○																
3	Jahitan Kuat		●																		
4	Resleting tidak mudah rusak			●																	
5	Ransel nyaman dalam pemakaian lama	○				▲	●	○	●		▲	○	○	●	○	○	●	●	●	●	
6	Ransel tetap lentur walau telah lama dipakai	▲							●												
7	Busa pada belakang ransel																				
8	Harga terjangkau	○	○		○																
9	*Advanture look*																				
10	Model menyesuaikan fungsi																				
11	Tersedia garansi produk																				
12	Tersedia variasi ukuran ransel					●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
13	Ruang utama yang luas					●	●	●			●	●	●	●	●	●	●				
14	Ruang tambahan lengkap																				
	Absolute Importance	2,1	1	0,8	0,5	1,3	2	1,5	1,4	0,4	1,3	1,5	1,5	2	1,5	1,5	2	1,2	1,2	0,8	1
	Relative importance	0,1	0	0	0	0	0,1	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0

Gambar 1. Bagan house of quality

Technical target berguna untuk memberikan gambaran target spesifikasi. Dalam metode QFD melalui bagan HOQ akan ditentukan prioritas karakteristik teknis. Perusahaan sebenarnya dapat mengikuti karakteristik teknis pesaing, menciptakan sendiri atau mempertahankan karakteristik yang ada, apabila karakteristik teknis sendiri masih dianggap kurang.

Adapun prioritas tersebut dengan analisis target spesifikasi teknisnya adalah sebagai berikut:
Kekuatan bahan utama ransel (X_1) merupakan atribut yang paling utama untuk dilakukan desain ulang dan perlu pengembangan produk, karena sangat diperhatikan oleh konsumen. Keluhan para pengguna terhadap tas ransel biasanya adalah pada kekuatan bahan utama. Bahan tas sering sobek dalam pemakaian jangka pendek bahkan sering kurang dari 1 tahun. Bahan utama *Bodypack* memang sudah lebih baik dari pada produk pesaing *Avtech* dan *Giant*, namun tidak tertutup kemungkinan pihak perusahaan melakukan peningkatan kualitas bahan guna mendapatkan kepuasan konsumen yang lebih, mengingat ini menjadi prioritas pertama konsumen. Usaha tersebut bisa dilakukan dengan cara melakukan inovasi-inovasi dan riset yang bertujuan untuk mendapatkan bahan nylon yang lebih baik dari yang digunakan saat ini.

Lebar atas bagian belakang (X_6), lebar bagian bawah (X_{13}), dan tinggi bagian belakang (X_{16}) menduduki prioritas kedua yang diperhatikan oleh konsumen. Bentuk yang proporsional dari Bodypack sangat diharapkan oleh konsumen karena akan berdampak pada kenyamanan pada saat dibawa dalam waktu yang cukup lama. Posisi tas ransel ini mengikuti postur tubuh manusia Indonesia pada umumnya. Perusahaan harus terus membuat inovasi produk dari sisi bentuk dan warna tanpa merusak ukuran tas yang sudah cukup proporsional. Perusahaan terus men-dengarkan masukan konsumen tentang ukuran tas yang proporsional, jika kemungkinan ada masukan dan cepat meresponnya.

Tebal atas (X_7), lebar tengah bagian belakang (X_{11}), tebal tengah (X_{12}), tabal bagian bawah (X_{14}), tinggi bagian depan (X_{15}), dan penempatan kantung (X_{20}) adalah prioritas ketiga bagi konsumen. Prioritas 2 dan 3 masih berada diseputar dimensi desain dan ukuran. Dimensi ini sangat penting dalam menciptakan produk tas yang nyaman dipakai dalam jangka waktu lama yang sangat dibutuhkan oleh pelanggan (lihat *customer needs*).

Urutan prioritas ke-4 adalah atribut lebar tali ransel (X_{17}) dan tebal tali ransel (X_{18}). Tali ransel menopang berat ransel penuh, oleh karena itu atribut ini menjadi pusat perhatian konsumen pada saat membeli. Bahkan bagian ini selalu dicoba dengan cara ditarik oleh calon pembeli karena mereka khawatir bagian ini akan cepat rusak.

Prioritas ke-5 adalah pada tebal *backsystem* (X_8). Ketebalan bagian belakang tas yang akan menempel pada punggung pemakai tas menimbulkan rasa nyaman. Berkas-

berkas yang diletakkan dalam tas lebih terjaga, tidak mudah terlipat, tergulung atau rusak, karena bentuk tas terjaga oleh ketebalan bagian belakang tas ini. Atribut ini juga menjadi atribut terbaik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya, namun *Bodypack* tetap harus selalu mengintip produk pesaing atau harus *benchmark* terhadap produk yang lebih baik.

Prioritas ke-6 adalah kualitas benang jahit (X_2). Benang jahit yang digunakan oleh perusahaan adalah jenis *bujer*, yang terbukti kelenturannya dan mudah pada saat proses penjahitan. Kelenturan benang membuat daya tahan tas dari sobek karean menahan beban berat yang ada di dalam tas berkurang.
Kualitas resleting (X_3) dan berat ransel (X_{19}) masuk pada prioritas ke-7 yang diperhatikan oleh konsumen. Keluhan terhadap resleting yang sering rusak padahal tas secara keselurahan masih baik sering muncul pada produk-produk pesaing, oleh karena itu *Bodypack* terus meningkatkan usahanya dalam perbaikan kualitas resleting ini. Walaupun untuk atribut ini Bodypack sudah lebih baik, namun inovasi bentuk, warna, dan ukuran resleting rupanya juga menjadi perhatian konsumen.

Prioritas ke-8 bagi konsumen jatuh pada atribut kualitas ring ransel (X_4) dan warna yang cerah (X_{21}). Warna tas ransel *bodypack* sangat sesuai dengan tema utama produk yaitu *adventure look*. Tidak selalu menggunakan warna-warna gelap seperti hitam dan biru, tetapi bodypack sudah berani bermain dengan warna-warna cerah seperti hijau, merah, orange, bahkan pink.

Jarak antar kantung (X_9) dan garansi produk (X_{22}) menjadi prioritas terakhir. Menurut kami konsumen Bodypack adalah konsumen yang belum menunut garansi produk, mungkin mereka berpikir bahwa harga produk belum bisa menuntut sampai pada pelayanan tersebut. Tidak seperti pada produk-produk berkelas seperi Samsonite yang telah lama memberikan garansi terhadap seluruh produknya. Untuk jarak antar kantung, karena atribut ini menjadi atribut terakhir, berarti konsumen tidak memperhatikan hal ini karena memang sudah sangat sesuai.

Keterkaitan yang digambarkan pada ruang roof matrix (5) menjelaskan bahwa perbaikan pada suatu atribut akan berdampak pada perbaikan atribut yang lain. Secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut :

Kualitas bahan utama sangat berhubungan dengan berat ransel. Jika bahan utama yang digunakan bagus maka ransel tidak akan terlalu terasa berat. Maka perbaikan desain pada bahan utama akan merubah kualitas berat ransel. Kualitas resleting akan mempengaruhi tebal atas, tebal tengah, dan tebal bagian bawah. Desain ulang terhadap lebar atas bagian depan sangat berpengaruh pada lebar atas bangian belakang, tebal atas, jarak antar kantung, lebar tengah bagian depan, lebar tengah bagian belakang, tebal tengah, lebar bagian bawah, tebal bagian bawah, tinggi bagian depan, tinggi bagian belakang, lebar tali

ransel, tebal tali ransel, dan penempatan kantung. Keterkaitan satu sama lain dalam desain ulang untuk memperbaiki kualitas produk membuktikan bahwa metode *quality function deployment* (QFD) melalui bagan *house of quality* (HOQ) menuntut perbaikan produk secara terintegrasi. Jika dalam roof matrix antar atribut dinyatakan berhubungan maka perbaikan atribut yang satu memaksa perbaikan atribut yang lain. Pengabaian perusahaan pada ruang 5 ini biasanya akan memberika dampak tidak sempurnanya desain ulang dan cenderung menjadi sia-sia setelah mengeluarkan biaya untuk memperbaiki salah satu atribut saja.

SIMPULAN

1. Hasil pemetaan kebutuhan pelanggan (customer needs) agar para pencinta produk tidak akan pernah beralih ke produk pesaing yang valid dan reliabel dalam uji validitas dan reliabilitas adalah: bahan utama tidak mudah sobek, bahan lembut, jahitan kuat, resleting tidak mudah rusak, ransel tetap nyaman dalam pemakaian jangka panjang, ransel tetap lentur walau telah lama dipakai, terdapat busa pada belakang ransel, harga terjangkau, advanture look, model menyesuaikan fungsi, garansi produk, tersedia variasi ukuran, ruang utama yang luas, dan ruang tambahan lengkap.

2. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki *Bodypack* (characteristics technic) adalah: kualitas bahan utama ransel, kualitas benang jahit, kualitas resleting, kualitas ring ransel, lebar atas bagian depan, lebar atas bagian belakang, tebal atas, tebal *back system*, jarak antar kantung, lebar tengah bagian depan, lebar tengah bagian belakang, tebal tengah, lebar bagian bawah, tebal bagian bawah, tinggi bagian depan, tinggi bagian belakang, lebar tali ransel, tebal tali ransel, berat ransel, penempatan kantung, warna cerah, dan garansi.

3. Bodypack belum unggul dibandingkan dua pesaingnya, yaitu pada atribut: kelembutan bahan utama, keterjangkauan harga, dan garansi produk. Konsumen selalu membanding-bandingkan produk dengan produk pesaing, terutama dari sisi kualitas dan harga. Jika keunggulan produk yang dimiliki perusahaan tidak terlalu jauh dengan produk pesaing, disisi lain harga pesaing jauh lebih murah, maka pelanggan akan cepat memutuskan untuk beralih ke produk pesaing.

4. Target desain ulang berdasarkan urutan prioritas dibagi dalam 9 urutan, yaitu: 1) kualitas bahan utama, 2) lebar atas bagian belakang, lebar bagian bawah, dan tinggi bagian belakang, 3) Tebal atas, lebar tengah bagian belakang, tebal tengah, tebal bagian bawah , tinggi bagian depan, dan penempatan kantung 4) lebar tali ransel dan tebal tali ransel, 5) tebal *backsystem*, 6) kualitas benang jahit, 7) Kualitas

resleting dan berat ransel, 8) kualitas ring ransel dan warna yang cerah, terakhir 9) Jarak antar kantung dan garansi produk

SARAN

1. Perlu penambahan variasi warna pada produk-produk *Bodypack* agar dapat melayani konsumen remaja ke bawah. Hal ini dapat menambah luas pasar dan segmentasi pasr menjadi bertambah.

2. Perlu penelitian lebih lanjut tentang biaya produksi, agar harga dapat ditekan pada saat yang bersamaan desain ulang menuju perbaikan kualitas produk tetap dipertahankan bahkan ditingkatkan.

3. Menambah luas penelitian quality function deployment (QFD) selanjutnya ketahap: perencanaan komponen, perencanaan proses, dan perencanaan produksi, sehingga diperoleh produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Akao, Y, 1990, QFD: Integrating Customer Requirement into Product Design, Productivity Press Cambridge, Massachusetts.

Cohen Lou, 1995, Quality Function Deployment : How to Make QFD Work For You, addison Wesley Longman, Massachucetts.

Crowford, C, Marle, 1987, New Product Management 2nd Edition, Richard D Irwin Inc, Homewood Illinois

Garvin, David A., 1988, Managing Quality The strategy and Competitive Adge, The Free Press Division of Mac Millan Inc, New York

Mangkunegaran, Anwar Prabu, 2005, Perilaku Konsumen, Edisi Revisi, PT Refika Aditama, Bandung

Rangkuti, Freddy, 2003, Measuring Customer Satisfaction, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Rangkuti, Freddy, 2007, Riset Pemasaran, Cetakan ke-8, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Singarimbun dan Effendy, 2006, Metode Penelitian Survey, Edisi Revisi, LP3ES, Jakarta

Suliyanto, 2005, Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran, Ghalia Indonesia Bogor

Ulrich, Karl T dan Steven D Eppinger, 2001, Perancangan dan Pengembangan Produk, Penerbit Salemba Teknika

Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady, 2006, Metodology Penelitian Sosial, Bumi Aksara, Jakarta.

THE ANALYSIS OF MARKETING MIX OF TELEPHONE SERVICE AND ITS INFLUENCE TO RESIDENTIAL USERS DECISION IN CONSUMING TELEPHONE (CASE STUDY AT KANDANTEL SURABAYA)

Matheous Tamonsang, SE., M.Si[1)]
Lestari, SE., MM.[1)]
E-mail : tamonsangmatheous@yahoo.com
lestari_ari10@yahoo.co.id
Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Wijaya Kusuma, Surabaya[1)]

ABSTRACT

The purpose of this research is to know whether the marketing mix telephone service has a significant influence to the residential User's decision in consuming telephone. The research method used in this study is survey method with 387 respondents of Telkom's Users. The tool to collect the data is Questionnaire and the analysis technique is strip analysis. The result of this research shows that the influence of all variable in marketing mix is 70,20%. From the result of partial testing, it is found that independent variables such as product, price, distribution, promotion, human resources, process and the physical evidence have influence on the residential to decide users in consuming telephone. The calculation with F test also get the significant mark, its about 0,000. It means there is an influence both in marketing mix such as product, price, distribution, promotion, human resources, process and the physical evidence on residential users' decision in consuming telephone. Variabel product is a variable which has dominant influence, it's known by the mark of standardized coefficient value and product contribution to decide in consuming telephone. Based on the mark of standardized coefficient, it is 0,264 and based on the mark conribution influence of product is 8,352. The Results that Telkom has superiority product from feature and special service aspects that important to user.

Keywords *: Mix Marketing, Product, Price, Ditribution, Promotion, Human Resources, Process, Physical Evidence and decided in consuming telephone.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah bauran pemanasan jasa telepon dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan resedensial dalam mengkonsumsi pulsa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan jumlah responden sebanyak 387 pelanggan Telkom. Alat untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh seluruh variabel bauran pemasaran adalah 70,2 %. Hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa seluruh

variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Perhitungan bersama – sama dengan uji F juga diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang berarti ada pengaruh secara bersama – sama bauran pemasaran yang terdiri produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan *physical evidence* terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Variabel produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien *standardized* dan nilai kontribusi produk terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Dari nilai koefisien *standardized* diperoleh nilai 0,264 sedangkan dari nilai nilai kontribusi produk diperoleh nilai 8.352. Dengan hasil ini maka Telkom memiliki keunggulan produk dari aspek *feature* dan *special service* yang penting bagi pelanggan.

Kata kunci : bauran pemasaran, produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses, *physical evidence* dan keputusan mengkonsumsi pulsa

PENDAHULUAN

Sebagaimana perusahaan yang bergerak dibidang jasa telekomunikasi, sudah menjadi kewajiban dan tanggung jawab PT Telkom untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, apalagi setelah perusahaan ini beralih bentuk dari Perum menjadi Persero, perusahaan status tersebut harus diikuti dengan peningkatan pelayanan dan juga dengan adanya Undang-Undang No. 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi di mana pintu monopoli pengelolaan bisnis untuk umum mulai dibuka sedikit demi sedikit. Selain itu sejalan dengan meningkatnya pengetahuan dan status sosial pelanggan serta adanya era globalisasi menyebabkan tuntutan terhadap pelayanan jasa telekomunikasi semakin meningkat pula sehingga mau tidak mau PT Telkom harus meningkatkan pelayanannya.

Secara detil, PT Telkom mengkategorikan pelanggannya berdasarkan fungsi menjadi 8 (delapan) segmen yang terdiri dari Bisnis, Pemerintah/ Lembaga Negara Organisasi, Perwakilan Negara Asing, Pelayanan Umum, Lembaga Pendidikan Perumahan dan Dinastel (Dinas Telkom). Sedangkan berdasarkan pulsa, pelanggan dikategorikan ke dalam 5 (lima) kelompok yaitu *Big, Medium, Normal, Small* dan *Very Small*.

Dari kelompok pelanggan berdasarkan konsumsi pulsa, *Big customers* memberikan kontribusi pulsa yang besar sekalipun jumlah SST-nya jauh lebih kecil daripada Small dan Very Small customers, sebaliknya Small dan Very Small customers memiliki kontribusi pulsa yang rendah sedangkan jumlah SST-nya lebih dari 60% dari total sambungan telepon pada tahun 1994. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak sambungan telepon yang tidak menghasilkan banyak pulsa atau dapat juga berupa banyaknya sambungan tidur. Dengan tingginya sambungan tidur dan rendahnya kontribusi pulsa dari segmen small dan very small ini tentunya kurang menunjang pertumbuhan perusahaan bahkan

memperlambat tercapainya titik pulang pokok (breakeven point).

Tinggi rendahnya pelanggan mengkonsumsi pulsa sangat tergantung dari minat mengkonsumsinya yang kemudian dilanjutkan dengan keputusan untuk mengkonsumsi, sedangkan minat mengkonsumsi ini terdiri dari faktor internal pelanggan itu sendiri dan faktor eksternal di mana sebagian dari faktor eksternal dapat dikendalikan oleh perusahaan, diantaranya bauran pemasaran. Dengan didapatkannya kombinasi bauran pemasaran yang baik, maka minat pelanggan untuk mengkonsumsi pulsa pun dapat ditingkatkan sehingga dapat dibayangkan besarnya peningkatan pendapatan perusahaan apabila segmen perumahan yang memiliki jumlah SST yang besar mengalami peningkatan pulsa.

Untuk mengurangi jumlah sambungan tidur yang ada dan menghindari penambahan sambungan di masa yang akan datang serta meningkatkan pencapaian pulsa dan sambungan berbayar, dipandang penuh untuk mengetahui sejauh mana bauran pemasaran jasa telepon tetap dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi pulsa. Dengan diketahuinya korelasi antara bauran pemasaran dengan keputusan pelanggan untuk mengkonsumsi pulsa, maka dapat dilihat faktor apa dari bauran pemasaran tersebut yang memiliki pengaruh dominan sehingga perusahaan dapat mengetahui faktor yang harus diprioritaskan untuk dibenahi dalam bauran pemasarannya.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan jelas mengenai pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT Telkom terhadap keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi pulsa maka akan dilakukan upaya-upaya untuk memperoleh data-data mengenai bauran pemasaran (produk, harga, saluran distribusi, promosi, sumber daya manusia, proses dan *physical evidence*) di mata pelanggan serta data keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi pulsa.

Dengan diketahuinya hal tersebut maka PT Telkom dapat mengetahui sejauh mana bauran pemasaran yang telah dikemasnya dapat mengenai sasaran, yaitu untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat diketahui hal-hal apa saja yang harus dilakukan atau diperbaiki untuk lebih meningkatkan penjualannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah bauran pemanasan jasa telepon dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan resedensial dalam mengkonsumsi pulsa.

Tinjauan Pustaka

Bauran pemasaran dalam produk barang terdiri dari 4 P (*product, price, place, promotion*). Berbeda dengan produk barang, produk jasa yang merupaka produk yang tidak berujud mempunyai bauran pamasaran yang lebih luas. Strategi pemasaran produk jasa dikenal dengan istilah 7 P (*product, price, place, promotion, process, personil, and physical facility*)

1) Penyajian Jasa
2) Strategi Harga Jasa
3) Strategi Distribusi
4) Strategi Promosi
5) Strategi Bukti Fisik Jasa

Bauran pemasaran adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasarannya. Sebenarnya terdapat lusinan elemen yang merupakan unsur-unsur bauran pemasaran. McCarthy (1990) yang mempopulerkan sebuah klasifikasi yang terdiri dari empat faktor variabel yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Sedangkan untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Roland T. Rust memberikan tiga bauran tambahan lagi yaitu *people, process* dan *physical evidence*.

Definisi Keputusan Pembelian (Setiadi, 2003 : 415), menerangkan " Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya, pengambilan keputusan konsumen adalah pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran ".

Menurut Fandy Tjiptono (1996 : 20), keputusan pembelian terdiri dari lima peran yaitu :

1. Pencetus ide.
2. Pemberi pengaruh.
3. Pengambil keputusan.
4. Pembeli.
5. Pemakai.

Hipotesis yang diambil pada penelitian ini adalah :

H_1 : Ada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi pulsa di KANDANTEL Surabaya.

H_2: Elemen bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap keputusan pelanggan mengkonsumsi pulsa di KANDANTEL Surabaya adalah produk

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Sesuai dengan kedua jenis penelitian tersebut, maka metode yang digunakan adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*.

Populasi penelitian yang digunakan adalah seluruh responden yang menggunakan pulsa Telkom yang berdomisili di Surabaya. Ukuran sampelnya adalah 387 pelanggan telepon yang berdomisili di Surabaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *teknik two stage cluster sampling* di mana cluster dipilih berdasarkan *office code* dari nomor telepon.

Teknik pengumpulan data melibatkan pedoman wawancara bersifat terbuka, yaitu pertanyaan yang tidak disertai dengan kemungkinan jawaban sehingga responden dapat dengan leluasa memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian dengan kalimatnya sendiri. Selain wawancara, juga digunakan angket, yaitu suatu daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden guna memperoleh jawabannya. Tujuan pokok dari angket ini adalah untuk memperoleh data informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Melalui penelitian ini dianalisis dua variabel yaitu bauran pemasaran jasa PT Telkom sebagai variabel bebas serta keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi pulsa sebagai variabel terikat. Definisi operasional dari masing – masing variabel adalah :

Bauran Pemasaran adalah bauran pemasaran yang diramu untuk pasar sasaran. Dalam bauran pemasaran terdiri atas variabel – variabel :

1. Produk (X_1) adalah unsur produk yang ditawarkan berupa feature & services
2. Harga (X_2) adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk/jasa
3. Saluran Distribusi (X_3) adalah tersedianya pelayanan di tempat yang dekat dengan pelanggan
4. Promosi (X_4) adalah unsur promosi yang dilakukan perusahaan
5. SDM (X_5) adalah sikap karyawan dalam berhadapan dengan pelanggan
6. Proses (X_6) adalah proses yang dijalankan untuk memproduksi jasa
7. Physical Evidence (X_7) adalah bukti tangible dari jasa yang diberikan
8. Keputusan mengkonsumsi pulsa (Y) adalah sejauh mana pelanggan mengambil keputusan untuk mengkonsumsi pulsa

Untuk menghitung koefisien jalur, langkah kerja yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menghitung koefisien korelasi sederhana
2. Menghitung matriks invers korelasi :
3. Menghitung koefisien jalur dengan rumus
4. Merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : $P_{YK_1} = P_{YK_2} = P_{YK_3} = P_{YK_4} = P_{YK_5} = P_{YK_6} = P_{YK_7} = 0$

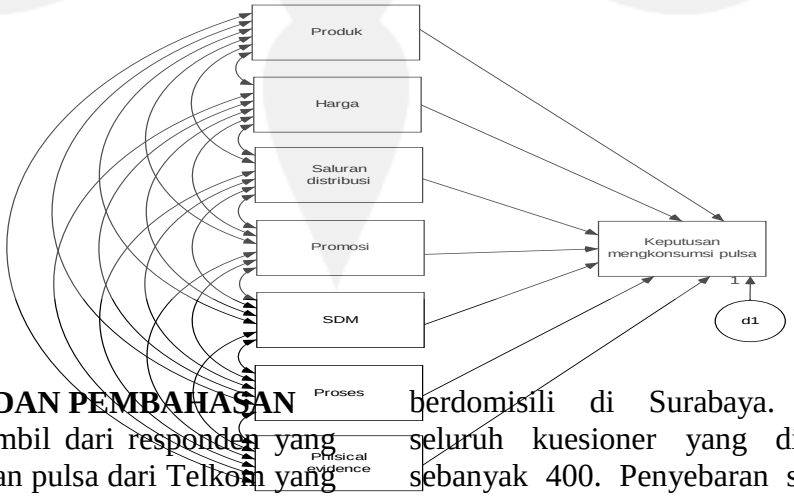
H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YK_1} \neq 0$; i = 1,2,3,4,5,6,7

5. Pengambilan keputusan

Dengan membandingkan F hitung dengan tingkat signifikansi, akan dapat dilihat bila signifikansi F $\leq$ 0,05 berarti H_o ditolak, dengan demikian dapat dilanjutkan pada pengujian secara individual, dengan membandingkan signifikansi CR dengan 0,05, dapat dilihat apabila signifikansi CR $\leq$ 0,05 berarti H_o ditolak, artinya koefisien jalur signifikan, H_f diterima.

Uji hipotesis yang digunakan untuk hipotesis adalah **analisis jalur**, dengan diagram jalur sebagai berikut :

Gambar 1
Model Analisis Jalur



HASIL DAN PEMBAHASAN

Sample diambil dari responden yang menggunakan pulsa dari Telkom yang berdomisili di Surabaya. Jumlah seluruh kuesioner yang dibagikan sebanyak 400. Penyebaran sejumlah

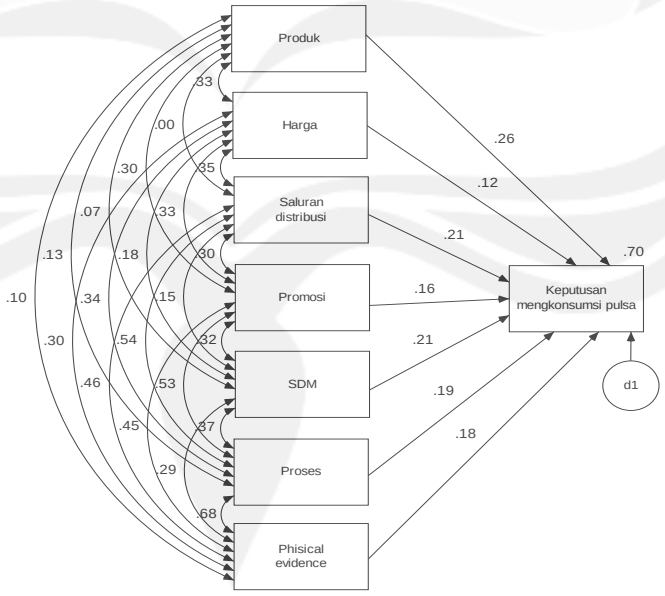
400 ini untuk mengantisipasi jika ada kuesioner yang tidak kembali. Jumlah seluruh kuesioner yang kembali ada 390. Sedangkan jumlah yang diolah ada 387. Dengan hasil ini maka kuesioner yang tidak kembali ada 7 orang sedangkan kuesioner yang tidak lengkap ada 6.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada seluruh variabel penelitian yang digunakan yaitu bauran pemasaran dan keputusan mengkonsumsi pula. Hasilnya menunjukkan seluruh indikator variabel produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, Proses dan Physical evidence valid dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Untuk variabel keputusan mengkonsumsi pulsa tidak dilakukan pengujian validitas karena jumlah indikatornya hanya 1.

Nilai reliabilitas konsistensi internal ditunjukkan dari koefisien alfa yang menunjukkan seluruh variabel dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis jalur Berikut adalah hasil gambar atau diagram jalur dari hasil pengujian analisis jalur tersebut :

Gambar 2
Hasil Analisis Jalur



Dari hasil pengujian path tersebut nilai korelasi serta uji perhitungan dari nilai CR dan signifikansinya dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 1
Pengaruh Bauran Produk terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	***Pengaruh***	***%***
Pengaruh langsung ke Y	0.0697	6.970
Pengaruh tidak langsung melalui X_2 ke Y	0.031	0.001
Pengaruh tidak langsung melalui X_3 ke Y	0.056	0.003
Pengaruh tidak langsung melalui X_4 ke Y	0.043	0.002
Pengaruh tidak langsung melalui X_5 ke Y	0.057	0.003
Pengaruh tidak langsung melalui X_6 ke Y	0.049	0.002
Pengaruh tidak langsung melalui X_7 ke Y	0.046	0.002
Jumlah	0.371	8.352

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran produk terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 8,352 % dimana pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung produk pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 6,970 %. Hal ini berarti pelanggan cukup menyukai bauran produk yang terdiri dari feature dan special service. Dengan adanya feature abhreaviated dialing lebih membuat pelanggan untuk menggunakan telpon dan dengan adanya layanan informasi dari 108 membuat pelanggan lebih mudah dalam mencari nomor telepon yang dituju sehingga mendorong pelanggan untuk mengambil keputusan menelepon.

Tabel 2
Pengaruh Bauran Harga terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	***Pengaruh***	***%***
Pengaruh tidak langsung melalui X_1 ke Y	0.001	0.097
Pengaruh langsung ke Y	0.014	1.392
Pengaruh tidak langsung melalui X_3 ke Y	0.001	0.064
Pengaruh tidak langsung melalui X_4 ke Y	0.000	0.037
Pengaruh tidak langsung melalui X_5 ke Y	0.001	0.064
Pengaruh tidak langsung melalui X_6 ke Y	0.000	0.048
Pengaruh tidak langsung melalui X_7 ke Y	0.000	0.043
Jumlah	0.016	1.649

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran harga terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 1,649 % dimana pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung harga pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 1,392 %. Jika dibandingkan dengan besar pengaruh produk maka bauran harga masih berada dibawah produk. Ini disebabkan harga yang ditawarkan telkom sekarang harus bersaing dengan produk – produk dari provider lain, yang cenderung harganya murah dan menawarkan beragam paket layanan.

Tabel 3
Pengaruh Bauran Saluran Distribusi terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	***Pengaruh***	***%***
Pengaruh tidak langsung melalui X_1 ke Y	0.003	0.319
Pengaruh tidak langsung melalui X_2 ke Y	0.001	0.064
Pengaruh langsung ke Y	0.046	4.580
Pengaruh tidak langsung melalui X_4 ke Y	0.001	0.123
Pengaruh tidak langsung melalui X_5 ke Y	0.002	0.212
Pengaruh tidak langsung melalui X_6 ke Y	0.002	0.158
Pengaruh tidak langsung melalui X_7 ke Y	0.001	0.142
Jumlah	0.053	5.279

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran saluran distribusi terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 5.279 % dimana pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung saluran distribusi pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 5.279 %. Jika dibandingkan dengan besar pengaruh produk maka bauran saluran distribusi masih berada dibawah produk. Ini disebabkan saluran distribusi yang ditawarkan Telkom kadang belum menjangkau seluruh counter atau outlet penjualan pulsa di daerah – daerah. Penyebabnya karena pulsa Telkom tergolong relatif baru dibandingkan pulsa yang lain yang lebih dahulu ada seperti simpati milik Telkomsel dan mentari milik Indosat.

Tabel 4
Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	***Pengaruh***	***%***
Pengaruh tidak langsung melalui X_1 ke Y	0.002	0.187
Pengaruh tidak langsung melalui X_2 ke Y	0.000	0.037
Pengaruh tidak langsung melalui X_3 ke Y	0.001	0.123
Pengaruh langsung ke Y	0.027	2.690
Pengaruh tidak langsung melalui X_5 ke Y	0.002	0.212
Pengaruh tidak langsung melalui X_6 ke Y	0.002	0.158
Pengaruh tidak langsung melalui X_7 ke Y	0.001	0.142
Jumlah	0.034	3.362

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran promosi terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 3.362 % dimana pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung promosi pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 3.362 %. Jika dibandingkan dengan besar pengaruh produk maka bauran promosi masih berada dibawah produk. Ini disebabkan promosi yang dilakukan Telkom masih kurang intensif jika dibandingkan provider lain. Hal tersebut dapat dilihat dari intensitas tayangan Telkom yang ada di iklan TV nasional dan lokal yang relatif jarang dibandingkan provider lain seperti Telkomsel dan Indosat.

Tabel 5
Pengaruh Bauran SDM terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	***Pengaruh***	***%***
Pengaruh tidak langsung melalui X_1 ke Y	0.003	0.322
Pengaruh tidak langsung melalui X_2 ke Y	0.001	0.064
Pengaruh tidak langsung melalui X_3 ke Y	0.002	0.212
Pengaruh tidak langsung melalui X_4 ke Y	0.001	0.124
Pengaruh langsung ke Y	0.046	4.623
Pengaruh tidak langsung melalui X_6 ke Y	0.002	0.160
Pengaruh tidak langsung melalui X_7 ke Y	0.001	0.143
Jumlah	0.053	5.326

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran SDM terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 5.326 % dimana

pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung SDM pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 5.326 %. Jika dibandingkan dengan besar pengaruh produk maka bauran SDM masih berada dibawah produk. Ini disebabkan kemampuan SDM hampir merata untuk semua provider. Bahkan untuk provider pesaing (Telkomsel dan Indosat), hampir mempunyai customer service di beberapa cabang dan jumlah yang menangani juga relatif banyak, sehingga tingkat pelayanan dari provider lain menjadi lebih baik.

Tabel 6
Pengaruh Bauran Proses terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	***Pengaruh***	***%***
Pengaruh tidak langsung melalui X_1 ke Y	0.002	0.241
Pengaruh tidak langsung melalui X_2 ke Y	0.000	0.048
Pengaruh tidak langsung melalui X_3 ke Y	0.002	0.158
Pengaruh tidak langsung melalui X_4 ke Y	0.001	0.093
Pengaruh tidak langsung melalui X_5 ke Y	0.002	0.160
Pengaruh langsung ke Y	0.035	3.460
Pengaruh tidak langsung melalui X_7 ke Y	0.001	0.107
Jumlah	0.040	4.026

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran proses terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 4.026 % dimana pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung proses pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 4.026 %. Jika dibandingkan dengan besar pengaruh produk maka bauran proses masih berada dibawah produk. Ini disebabkan proses jasa yang disampaikan telkom tidak selamanya diketahui oleh pelanggan. Karena kemungkinan besar responden melakukan proses pembelian pulsa di counter yang tidak dilakukan oleh petugas telkom langsung. Lain halnya jika responden banyak melakukan transaksi di counter resmi Telkom atau pernah melakukan komplain atas ketidakpuasan pada layanan Telkom.

Tabel 7
Pengaruh Bauran* Physical Evidence *terhadap Keputusan Mengkonsumsi Pulsa

Variabel X	*Pengaruh*	*%*
Pengaruh tidak langsung melalui X_1 ke Y	0.002	0.216
Pengaruh tidak langsung melalui X_2 ke Y	0.000	0.043
Pengaruh tidak langsung melalui X_3 ke Y	0.001	0.142
Pengaruh tidak langsung melalui X_4 ke Y	0.001	0.083
Pengaruh tidak langsung melalui X_5 ke Y	0.001	0.143
Pengaruh tidak langsung melalui X_6 ke Y	0.001	0.107
Pengaruh langsung ke Y	0.031	3.098
Jumlah	0.036	3.616

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh bauran *physical evidence* terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa secara total adalah 3.616 % dimana pengaruh yang terbesar adalah pengaruh langsung *physical evidence* pada keputusan mengkonsumsi pulsa dengan nilai 3.616 %. Jika dibandingkan dengan besar pengaruh produk maka bauran *physical evidence* masih berada dibawah produk. Ini disebabkan *physical evidence* yang disampaikan telkom tidak selamanya diketahui oleh pelanggan. Pelanggan jika tidak mendapatkan informasi dari perusahaan maka tidak ada mengetahui dengan jelas perkembangan apa yang dilakukan perusahaan.

Tabel 8
Hasil Uji Analisis Jalur

Variabel tergantung		**Variabel bebas**	***Standardized***	**C.R.**	**P**
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	Produk	0.264	8.622	0,000
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	Harga	0.118	3.664	0,000
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	Saluran Distribusi	0.214	6.193	0,000
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	Promosi	0.164	4.687	0,000
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	SDM	0.215	7.040	0,000
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	proses	0.186	4.246	0,000
Keputusan mengkonsumsi pulsa	<---	Physical evidence	0.176	4.543	0,000

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah ada pengaruh

bersama – sama variable produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan *physical evidence* terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Untuk menguji hipotesis pertama ini dilakukan dengan uji F dengan menggunakan program SPSS. Ini disebabkan pada pengujian dengan menggunakan AMOS tidak dapat menunjukkan ada tidaknya pengaruh secara bersama – sama. AMOS digunakan hanya untuk menguji secara parsial dan hanya memberikan angka besarnya pengaruh secara bersama – sama (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung hasil perhitungan diperoleh nilai 127,767 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara bersama – sama seluruh variable bebas dalam bauran pemasaran terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Kemudian besarnya pengaruh seluruh variable produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan physical evidence terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa adalah 70,2 %. Dengan kata lain besarnya kontribusi variable produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan physical evidence terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa sebesar 70,2 % dan sisanya dipengaruh oleh variable lain. Besarnya pengaruh variable lain tersebut adalah 29,8 %. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis pertama diterima kebenarannya.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah variabel produk merupakan variabel yang paling berpengaruh pada keputusan mengkonsumsi pulsa. Untuk menjawab permasalahan tersebut dilakukan pengujian secara parsial atau sendiri – sendiri. Sebelum memastikan variabel tertentu yang berpengaruh dominan, maka dipastikan terlebih dahulu apakah masing – masing variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa.

Uji yang digunakan berdasarkan pada hasil uji analisis jalur dengan melihat dari CR dan tingkat signifikansinya. Jika nilai signifikansinya kurang dari atau sama dengan 0,05 maka ada pengaruh secara parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi 0,000 berarti kurang dari 0,05 sehingga ada pengaruh secara parsial variabel variable bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan physical evidence terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa.

Setelah dipastikan seluruh variabel berpengaruh secara parsial untuk menentukan variabel yang berpengaruh dominan adalah dengan melihat nilai *standardized* (beta). Nilai *standardized* (beta) yang paling besar menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh dominan.

Pada Tabel 5.4 nilai *standardized* (beta) dari variabel produk adalah yang paling besar yaitu 0,264. Dengan hasil ini maka variabel produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Dengan hasil ini hipotesis kedua diterima kebenarannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasl penelitian yang dilakukan maka simpulan yang dapat diambil adalah :

Besarnya pengaruh seluruh variabel bauran pemasaran adalah 70,2 %. Dan dari hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan AMOS versi 16 diketahui bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Secara perhitungan bersama – sama dengan menggunakan uji F juga diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang berarti ada pengaruh secara bersama – sama bauran pemasaran yang terdiri produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan *physical evidence* terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa.

Variabel produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien *standardized* dan nilai kontribusi produk terhadap keputusan mengkonsumsi pulsa. Dari nilai koefisien *standardized* diperoleh nilai 0,264 sedangkan dari nilai nilai kontribusi produk diperoleh nilai 8.352. Dengan hasil ini maka Telkom memiliki keunggulan produk dari aspek *feature* dan *special service* yang penting bagi pelanggan.

Arah hubungan semua variabel adalah positif yang berarti semakin meningkat variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, promosi, SDM, proses dan *physical evidence* maka semakin meningkat pula keputusan mengkonsumsi pulsa.

Selain variabel produk, variabel penting lainnya yang perlu diperhatikan oleh Telkom adalah SDM. Ini berarti Telkom harus melakukan perbaikan kemampuan SDM dalam hal keramahan, kecepatan layanan dan kesopanan menghadapi pelanggan.

Melihat hasil penelitian bahwa aspek produk dan SDM merupakan dua variabel terbesar yang berpengaruh maka sebaiknya Telkom terus melakukan pembenahan dalam hal kekhususan produk yang dimiliki dengan terus mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan dan teknologi telekomunikasi dan informasi. Disamping itu Telkom sebaiknya mengadakan pelatihan dan meningkatkan kemampuan pelayanan SDM-nya sehingga dapat memberikan pelayanan yang prima.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan yang pertama adalah metode untuk mendapatkan responden adalah dengan metode survey. Metode survey memiliki keterbatasan dalam hal mengontrol keakuratan jawaban responden. Meskipun instrumen yang digunakan pernah dicoba pada penelitian sebelumnya dan telah diuji validitas dan reliabilitas, namun penggunaan instrumen masih relatif dangkal dalam mencari aspek yang akan digali untuk mencari variabel yang berpengaruh pada keputusan mengkonsumsi pulsa. Sehingga diharapkan ada penambahan aspek wawancara untuk menggali lebih dalam faktor yang juga ikut berperan dalam keputusan mengkonsumsi pulsa.

Penelitian yang dilakukan di wilayah Surabaya yang besar kemungkinan

ada perbedaannya jika dilakukan di wilayah lain, karena kondisi di Surabaya berbeda dengan wilayah lain. Ini terkait dengan pelayanan Telkom sendiri di wilayah – wilayah lain.

DAFTAR PUSTAKA

Bateson, John E.G., 1995, ***Managing Services Marketing,*** second Edition, druden Press, Orlando

Berry, Leonard L. and Parasuraman A., 1995, ***Marketing Services***, Macmillan Inc. Englinton Avenue East, New York,USA.

Fandi Tjiptono, 1998, ***Manajemen Jasa***, Yogyakarta, Andi.

Griffin, Jill, 1995, ***Customer Loyalty: How To Earn It, How To Keep It***, Lexington Books, 1230 Avenue of Americas, New York, USA.

Hill, Nigel, 1996, ***Handbook of Customer Satisfaction Measurement***, Cambridge : Great Britain at the University Press.

J. Supranto, 1997, ***Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan***, Jakarta, Rineka Cipta.

Kotler, Philip, 1997, ***Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control***, Sevent Edition, prentice hall International, Inc. A Division of Simon & Scuster, Englewood Cliff, NJ07632.

----------, 1996, ***Principles at Marketing***, Third Edition, New jersey Prentice hall, A Division of Simon & Scuster, Inc.

Lovelock, Christopher H., 1996, ***Services Marketing***, third Edition, prentice hall International Edition, USA.

Malhotra, 1998, ***Multivariate Analysis***, Prentice Hall. Inc. Neyw Jersey USA

Oliver, Richard L., 1997, ***Satisfaction, A Behaviorqal Perspective in The Consumer***, Toronto, Vanderbilt University, The Mc. Grow-Hill Companies, Inc.

Rust Roland, 1996, ***Service Marketing***, Harper Collins College Publishes.

Santosa Singgih, 2000, **Statistik Parametrik Latihan dengan SPSS**, Gramedia Pustaka Utama, jakarta

Stanton, William J. & Charles Futrell, 1994, ***Fundamental Of Marketing*** 8th edition, Singapore, McGrow Hill.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. ***Marketing Management***. Twelfth Edition. New Jersey. Pearson Education International.

Guiltinan, P. Joseph and Gordon W. Paul. 1988. ***Marketing Management Strategies and Programs*.** Singapore. McGraw Hill Book Company.

Peter, Paul and Jerry G. Olson. 1997. ***Consumer behavior and Marketing Strategy***. Singapore. McGraw Hill.

Schiffman, G. Leon and Leslie Lazar Kanuk. 2007. ***Consumer Behavior***. International Edition. Nineth Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Mowen, C. John dan Michael Minor. 2002. ***Perilaku Konsumen***. Terjemahan. Edisi Kelima. Penerbit: Erlangga Jakarta.

Tjiptono Fandy, 1997, *" **Strategi Pemasaran** "* Edisi Kedua, Cetakan Pertama (Yogyakarta : Penerbit Andi).

Swastha, Basu dan Irawan, 2002, ***Manajemen Pemasaran Modern***, Penerbit Liberty, Yogyakarta

Winardi, 1990, ***Asas-Asas Manajemen***, Edisi Terbaru, Penerbit Mandar Maju, Bandung

THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON PURCHASES DECISION SAMSUNG ANDROID DEALER AT SAMSUNG BANDUNG ELECTRONIC CENTRE

Nurul Maesaroh[1)], Pipin Sukandi[1)]

Email : nurul.maesaroh@gmail.com, pipin.sukandi@widyatama.ac.id
[1)]Business and Management Faculty
Widyatama University, Bandung

ABSTRACT

In this study the authors have entitled Influence Purchasing Decisions Of Product Attributes On Samsung Android Samsung Dealer Bandung Electronic Center. Where the purpose is to know how policies are implemented by product attribute Samsung, how do consumers about product attributes Samsung Android, how the purchasing decisions of consumers on Samsung Android products, and how much influence product attributes on purchase decisions Samsung Android Samsung dealer BEC.

Based on the results of research on consumer response to product attributes Samsung Android is good, since the average value of the whole expression is equal to 3.90 are in the interval from 3.40 to 4.19. Besides consumer purchasing decisions on products Samsung Android can be good value for the average of the overall statement amounted to 4.13 are in the interval from 3.40 to 4.19.

Product attributes influence the purchasing decision of the Samsung Android, based on the test results obtained by Spearman rank correlation rs value or correlation coefficient between product attributes and purchasing decisions amounted to 0.560. From the analysis, the visible presence of a fairly strong relationship between the variable product attributes (variables X) with the purchase decision (variable Y), is equal to 0.560 which includes categories from 0.40 to 0.599. While the test results coefficient of determination is equal to 31.36% and the remaining 68.64% is influenced by other factors. From the test results obtained hypothesis t_{count} 5.775 greater than 1.293 t_{tabel} then Ho is rejected and Ha accepted, meaning that there is a positive effect between product attributes with purchasing decisions. Thus, the authors propose the hypothesis, namely "Product Attributes Against Samsung Android Positive Influence Consumer Buying Decision" that Ha can be accepted.

Keywords: attributes influence product, purchasing decisions.

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis memberi judul Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Android Pada Dealer Samsung *Bandung Electronic Center*. Dimana tujuan penulis adalah ingin mengetahui bagaimana kebijakan atribut produk yang dilaksanakan oleh Samsung, bagaimana tanggapan konsumen mengenai atribut produk Samsung Android, bagaimana keputusan pembelian konsumen atas produk Samsung Android, dan seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Samsung Android di dealer Samsung BEC.

Berdasarkan hasil penelitian tanggapan konsumen mengenai atribut produk Samsung Android dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,90 berada pada interval 3,40 – 4,19. Selain itu keputusan pembelian konsumen atas produk Samsung Android dapat dikatakan baik nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 4,13 berada pada interval 3,40 - 4,19.

Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian pada Samsung Android , berdasarkan hasil uji korelasi rank spearman diperoleh nilai rs atau koefisien korelasi antara atribut produk dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,560. Dari hasil analisis tersebut, terlihat adanya hubungan yang cukup kuat antara variable atribut produk (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel Y), yaitu sebesar 0,560 yang termasuk kategori 0,40 – 0,599. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi adalah sebesar 31,36% dan sisanya 68,64% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil uji hipotesis didapatkan nilai t_{hitung} 5,775 lebih besar dari t_{tabel} 1,293 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara atribut produk dengan keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan, yaitu "Atribut Produk Samsung Android Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen" sehingga Ho dapat diterima.

Kata kunci : pengaruh atribut produk, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pemakai telepon selular di Indonesia untuk kategori *smartphone* semakin mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pada tahun 2010 tercatat sekitar 4 sampai 5 juta pengguna *smartphone* dan pada tahun 2011 jumlah tersebut mengalami peningkatan sebanyak dua kali lipat. Bahkan para ahli dibidang tekhnologi memprediksi pemakaian *smartphone* ditahun 2012 juga akan mengalami peningkatan yang pesat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal tersebut dilandasi oleh beberapa faktor yaitu diantaranya adalah, harga telepon genggam jenis *smartphone* yang semakin terjangkau oleh berbagai kalangan masyarakat serta kemudahan fasilitas kredit murah yang banyak diberikan oleh bank untuk membeli telepon genggam jenis *smartphone* seperti *Android*, *BlackBerry* dan juga *iPhone*. Bahkan *smartphone* yang berharga mahal sekalipun masih tetap diminati, sebab dipandang sebagai sebuah gengsi bagi para pemakainya. (**www.detikinet.com: 12 Januari 2012**)

Indonesia sendiri sebenarya merupakan salah satu pangsa pasar utama bagi para produsen telepon selular yang ada didunia terlebih lagi sekarang ini produk *smartphone* sudah mulai memasuki pasar Indonesia. Menurut dari hasil penelitian Forst and Sulivan analysis, selama tahun 2009 Indonesia merupakan negara dengan tingkat penjualan jenis *smartphone* tertinggi di ASEAN dengan menembus angka sebesar 1,2 juta unit, bahkan Forst and Sulivan analysis meramalkan bahwa hingga tahun 2015 Indonesia akan menjadi negara dengan tingkat penjualan *smartphone* tertinggi di wilayah ASEAN.

Jika dilihat dari segi produk Samsung bisa dikatakan memiliki design yang lebih unggul dibandingkan pesaing yang sudah ada. Design yang lebih tipis dan ringan membuat banyak konsumen untuk menjatuhkan pilihannya kepada produk Samsung *Android*. Dan jika dilihat dari segi aplikasi yang terdapat pada smartphone Samsung *Android*, maka bisa dilihat bahwa produk ini sudah memiliki fitur terbaik untuk jenis *smartphone Android* yang sudah ada. Dilihat dari segi harga sendiri, Samsung *Android* mematok harga yang sangat terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat. Dengan kisaran harga 1,5 juta sampai dengan 5 juta rupiah diharapkan produk samsung *Android* ini dapat bisabersaing dengan produk *smartphone* yang ada dipasaran.

Namun hal ini bukan tanpa kendala. Persiangan yang ketat diantara berbagai merek telepon genggam pun membuat membuat Samsung harus berfikir lagi bagaimana langkah kedepan yang harus ditempuh agar tetap bisa

menguasai pasar yang sudah ada. Untuk Indonesia sendiri *market share* terbesar untuk jenis *smartphone* masih dipegang oleh pesaing *Android* yaitu *BlackBerry*. Namun pada tahun 2011 ini tercatat pasar dari *Android* sendiri mengalami peningkatan yang signifikan, bahkan *Android* menduduki kisaran 20% dari total penjualan selama awal hingga pertengahan tahun 2011 di kategori telepon jenis *smartphone* (**www.teknoup.com: 06 Juli 2011**). Hal ini juga didukung oleh data dari hasil survey yang dilakukan oleh Frost and Sulivan analysis, bahwa sepanjang tahun 2011 dua pesaing utama *Android* masih menduduki peringkat atas dari segi *market share* yang diraih.

Selama kurun waktu dua tahun ini konsumen pengguna telepon selular di Indonesia sudah mulai beralih dari ponsel berfitur ke ponsel jenis *smartphone* terlebih *smartphone* jenis *Android*. Hal ini tidak beralasan, konsumen lebih menganggap bahwa ponsel jenis *Android* lebih mudah untuk digunakan, model yang disediakan lebih bervariasi, harga yang lebih terjangkau dan yang lebih penting banyak konten gratis yang sangat menarik untuk bisa diunduh secara gratis bagi para pengguna ponsel *Android*.

METODE ANALISIS

Dalam mengumpulkan data yang diambil penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu penelitian dengan mengumpulkan data sesuai dengan keadaan yang sebenarnya serta memberi gambaran dan analisis mengenai masalah-masalah yang ada **(Nazir, 2003:54)**.

Sedangkan jenis penelitiannya adalah penelitian korelasional, yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi.

Dalam menentukan jmlah anggota sampel, penulis mengambil salah satu pernyataan dari **Nazir (2003;276),** bilamana analisis yang dipakai adalah teknik korelasi, maka banyaknya responden yang diambil sebagai anggota sampel minimal sebanyak 30 subyek.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka penulis menerapkan jumlah anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 75 responden. Hal ini dikarenakan semakin banyak jumlah anggota sampel akan memerlukan biaya yang besar dan juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan melakukan penelitian dari sebagian pelanggan tersebut, penulis mengharapkan bahwa hasil yang diperoleh dapat menggambarkan populasi yang ada.

HASIL ANALISIS

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Dengan menggunakan jumlah

responden sebanyak 75, maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = n – (k+1) dimana k adalah variable independen dan 1 adalah variable dependen, jadi *df* = 75 – 2 = 73, maka r_{tabel} (73 ; 0,05) = 0,227. Maka berdasarkan data perhitungan SPSS koefisien korelasi (r) diketahui bahwa seluruh korelasi item variable X (Atribut Produk) lebih besar dari rt_{abel} atau 0,227 maka dinyatakan valid.

Begitu pula untuk variable Y (Keputusan Pembelian) lebih besar dari r_{tabel} atau 0,227 maka instrument dinyatakan valid. Berikut ini merupakan hasil uji validitas dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 75 orang dan item kuesioner untuk variable X (Atribut Produk) 15 buah pertanyaan sedangkan variable Y (Keputusan Pembelian) sebanyak 5 buah pertanyaan

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel X (Atribut Produk)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,417	0,227	Valid
2	0,372	0,227	Valid
3	0,350	0,227	Valid
4	0,377	0,227	Valid
5	0,395	0,227	Valid
6	0,296	0,227	Valid
7	0,412	0,227	Valid
8	0,302	0,227	Valid
9	0,363	0,227	Valid
10	0,289	0,227	Valid
11	0,427	0,227	Valid
12	0,422	0,227	Valid
13	0,412	0,227	Valid

14	0,457	0,227	Valid
15	0,385	0,227	Valid

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,713	0,227	Valid
2	0,590	0,227	Valid
3	0,571	0,227	Valid
4	0,364	0,227	Valid
5	0,280	0,227	Valid

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Sedangkan reliabilitas suatu konstruk variable dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,50 **(Zulganef 2008;114)**. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 3
Uji Reliabilitas Variabel X (Atribut Produk)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.767	.778	15

Tabel 4

Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.732	5

Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Android Pada Dealer Samsung Bandung Electronik Centre

Untuk mengetahui pengaruh atribut produk dengan keputusan pembelian, penulis menggunakan uji korelasi Rank Spearman karena jawaban dari responden mempunyai skala ordinal. Jawaban ini dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dimana terdiri dari 15 pernyataan yang berhubungan dengan atribut produk dan 5 pernyataan yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Tabel berikut ini memperlihatkan hasil pengolahan data primer dari hasil kuesioner dengan bantuan program SPSS 17.

Tabel
Perhitungan Korelasi Rank Spearman Variabel X dan Variabel Y
Correlations

			X	Y
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.560**
		Sig. (1-tailed)	.	.000
		N	75	75
	Y	Correlation Coefficient	.560**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.
		N	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan perhitungan korelasi, diperoleh hasil rs atau koefisien korelasi antara atribut produk dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,560 Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi tersebut maka untuk mengetahui bagaimana hubungan kedua variabel, digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : **Sugiyono (2005:183)**

Dari hasil analisis tersebut, terlihat adanya hubungan yang cukup kuat antara variable atribut produk (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel Y), yaitu sebesar 0,560 yang termasuk kategori 0,400 – 0,599 cukup kuat.

KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian

Samsung Android di Dealer Samsung BEC dalam bentuk persentase, maka digunakan perhitungan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r_s^2 \times 100\ \%$$
$$= (0{,}560)^2 \times 100\ \%$$
$$= 31{,}36\%$$

Besarnya pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung Android di Dealer Samsung BEC adalah sebesar 31,36% dan sisanya 68,64% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan uji t satu pihak, yaitu pihak kanan dengan hipotesis sebagai berikut :

Ho : $rs \leq 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh atau pengaruh negatig antara variabel X (Atribut Produk)

dengan variabel Y (Keputusan Pembelian)

Ha : rs > 0 Artinya terdapat pengaruh positif antara variabel X (Atribut Produk) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian)

Kemudian hasil dari t hitung dibandingkan dengan t tabel yang kriterianya adalah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel,}$ maka H_0 ditolak dan Ha diterima
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan Ha ditolak

Degree of freedom atau derajat kebebasan yang digunakan adalah :

Df = n – (k+1)
Df = 75 – (1+1)
= 75 – 2 = 73

Tingkat kekeliruan (α) yang digunakan adalah sebesar 5%, dan untuk menetapkan nilai t hitung, maka dipergunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

$$= 0.560 \sqrt{\frac{75-2}{1-0.560^2}}$$

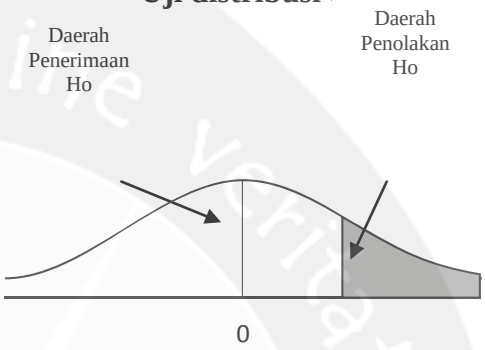
= 5,775

t_{tabel} = (α : df)
= (0,05 ; 73)
= 1.293

Dari perhitungan statistik uji di atas, dapat dilihat ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau (5,775 > 1,293), berarti Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara atribut produk dengan keputusan pembelian. Untuk lebih jelasnya, pengujian hipotesis akan disajikan dalam bentuk gambar berikut ini.

Gambar 1

Uji distribusi t



Kriteria t_{hitung} berada pada daerah penolakan Ho, sehingga hipotesis penulis **"Atribut Produk Samsung Android Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen"** sehingga Ho dapat diterima.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian samsung android pada dealer samsung Bandung Electronik Centre, maka penulis mengambil kesimpulan:

1. Konsumen merupakan faktor terpenting yang dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan. Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang datang ke Dealer Samsung BEC adalah laki-laki (60%). Sebagian besar konsumen berusia antara berumur 20 – 30 tahun sebanyak 53,7%, < 20 tahun 26,7%, > 30 tahun 20%. Mayoritas

mempunya pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa 40%, wiraswasta 26,7% dan pegawai swasta 24%. Tingkatan penghasilan perbulan sebagian besar konsumen Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 46,7% dan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 33,3%.

2. Hasil penelitian menunjukan bahwa atribut produk Samsung Android adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata keseluruhan persepsi responden adalah 3,90. Adapun nilai rata-rata skor tertinggi yang diperoleh sebesar 4,22 pada pernyataan mengenai "Harga Yang Ditawarkan Samsung Android Sesuai Dengan Kualitas Yang Didapat Komsumen". Sedangkan skor terendah diperoleh sebesar 3,33 pada pernyataan mengenai "Samsung Android Memiliki Baterai Yang Tahan Lama".
3. Hasil penelitian mengenai keputusan pembelian produk Samsung Android di Dealer Samsung BEC adalah baik. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata keseluruhan persepsi responden adalah 4,13. Adapun nilai rata-rata skor tertinggi yang diperoleh sebesar 4,27 pada pernyataan mengenai "Setelah Melakukan Pembelian Anda Merasakan Kepuasan Layanan Tambahan Yang Diberikan Seperti Garansi Dan Servis". Sedangkan skor terendah diperoleh sebesar 4,01 pada pernyataan "Setelah Membandingkan Dengan Produk Sejenis, Konsumen Memutuskan Membeli Produk Samsung Android".
4. Dari analisis yang telah dilakukan sebelumnya dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* diperoleh 0,560 yang termasuk kategori 0,400 – 0,599 yang menunjukan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel atribut produk (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel Y). Hal ini menunjukan bahwa Atribut Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian maka artinya Ho ditolak karena t_{hitung} = 5,775 lebih besar dari t_{tabel} = 1,293
5. Melalui perhitungan koefisien determinasi diperoleh persentase besarnya pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung Android di Dealer Samsung BEC adalah sebesar 31,36% dan sisanya 68,64% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari, 2004, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Bandung, Penerbit : Alfabeta

Azwar, Saifuddin. 2004. **Metode Penelitian**. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2007, ***Retail Management***, New Jersey: Prentice Hall

Foster, Bob. 2008. **Manajemen Ritel**. Bandung : Alfabeta

Keller, Kevin Lane and Philip Kotler. 2007. ***Marketing***

Management (terjemahan). Edisi 12. Jakarta : PT. Indeks (Gramedia Group)

Keller, Kevin Leme, Philip Kotler, 2007, **Manajemen Pemasaran**, Index

Kotler dan Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks

Levy, Michael dan Barton A. Weitz, 2007 ***Retailling Management,*** Fourth Edition, Mc Graw-Hill / Irwin.

Ma'ruf, Hendri. 2005. **Pemasaran Ritel.** Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Moch. Nazir, 2005, **Metode Penelitian**, Jakarta; Penerbit Ghalia Indonesia

Mursid, 2006, **Manajemen Pemasaran,** Edisi Keempat, Jakarta; Penerbit Bumi Aksara

Nana Sudjana, 2001, **Metode Statisitika**, Bandung : Tarsito

Peter, J Paul and Donnelly Jr, James H, 2007, ***Marketing Management Knowledge and Skills***, USA. Penerbit : Mc.Graw-Hill*:*

Peter, Olson, 2005, ***Consumer Behavior and Marketing Strategy***, seventh edition, New York: McGraw-Hill

Riduwan Drs., M.BA, 2003, **Dasar-Dasar Statistika**, Cetakan ketiga, Bandung, Alfabeta

Santoso Singgih. 2006. **SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik Secara Profesional.** PT Elex Media Komputindo Gramedia, Jakarta.

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2007. **Perilaku Konsumen**. Edisi 7. Cetakan kedua. Jakarta : Indeks

Sekaran, Umar, 2006, **Metodologi Penelitian untuk Bisnis**, Jakarta : Salemba Empat

Simamora, Bilson. 2004. **Riset Pemasaran**. Cetakan Pertama. Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama.

Solomon, Michael, 2007, ***Consumer Behavior (buying, having, and being)***, New Jersey: Pearson Prentice Hall

Sugiyono, 2010, **Metode Penelitian Bisnis**, Penerbit CV Alfabeta, Bandung

Utami Whidya Christina, 2006, **Manajemen Ritel**, Jakarta: Salemba Empat.

Skripsi, 2012, **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Android Pada Dealer Samsung Bandung Electronik Centre**, Universitas Widyatama Bandung

Sumber lain:

Info Bisnis, Maret 2007:30

ANALYSIS OF EFFECT OF ATMOSPHERE STORE AND PRODUCT PACKAGE PRICING STRATEGY TO CONSUMER INTEREST BUY AT GROCERY STORE *7-Eleven.*

Nadia Rachmawati [1)], Pamela Magdalena[2)]
E-mail: pamela@perbanasintitute.ac.id
[1)]Alumni Fakultas Ekonomi Perbanas Institute
[2)]Dosen Fakultas Ekonomi Perbanas Institute

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of variables - the independent variable (Store Atmosphere and Product Pricing Strategy Package) for consumers to buy a grocery store 7-Eleven. Samples from this study were taken by using incidental sampling with a sample consisting of 50 students ABFI Institute Perbanas majoring in Financial Management Banking Strata 1 active enrolled in second semester 2011/2012. The data used consists of primary data (the processing questionnaires) and secondary data (literature-related). The study uses a simple linear regression of data processing, linear regression, partial test, test and test assumptions simultaneous regression. The results of this study indicate a positive and significant relationship between the independent variables (Store Atmosphere and Product Pricing Strategy Package) for consumers to buy, either partially or simultaneously.

Keywords: *Store Atmosphere, setting strategy for product package, Consumer Interests Buy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel bebas (*Store Atmosphere* dan Strategi Penetapan Harga Produk Paket) terhadap minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven*. Sampel dari penelitian ini diambil dengan menggunakan *sampling insidental* dengan jumlah sampel 50 yang terdiri dari mahasiswa/i ABFI Institute Perbanas jurusan Strata 1 Manajemen Keuangan Perbankan yang aktif berkuliah pada semester genap 2011/2012. Data yang digunakan terdiri atas data primer (hasil pengolahan kuesioner) dan data sekunder (literatur yang terkait). Penelitian menggunakan pengolahan data regresi linear sederhana, linear berganda, uji parsial, uji simultan serta uji asumsi regresi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Store Atmosphere* dan Strategi Penetapan Harga Produk Paket terhadap minat beli konsumen, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Strategi penetapan Harga Produk Paket, Minat Beli Konsumen, *Sampling Insidental.*

PENDAHULUAN

Belakangan ini bisnis ritel toko kelontong sangat menjamur di Jakarta. Hal ini diperkirakan terjadi karena semakin tingginya kebutuhan masyarakat Jakarta. Tidak hanya kebutuhan yang terus meningkat, adaya pertumbuhan ekonomi, serta peningkatan rata-rata pendapatan juga mempengaruhi munculnya bisnis ritel toko kelontong (Sopiah dan Syihabudin, 2008:2). Toko kelontong pada zaman ini tidak hanya toko yang berupa toko rumahan atau yang biasa kita sebut dengan warung. Kini toko kelontong hadir dengan banyak konsep yang jauh lebih modern mengikuti perkembangan zaman.

Para produsen berlomba-lomba mendesain toko kelontongnya semenarik mungkin agar konsumen nyaman saat berbelanja. *Store atmosphere* dari tiap toko kelontong dibuat seunik dan senyaman mungkin. Produsen sangat ingin memanjakan setiap konsumen yang melangkah masuk ke dalam tokonya. Tingkat kemacetan ibu kota serta padatnya aktivitas membuat masyarakat senang mencari tempat untuk bersantai dan melepas penat. Melihat peluang tersebut, beberapa produsen toko kelontong dengan cepat memberikan fasilitas demi menunjang kenyamanan konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut para produsen membangun toko kelontongnya di area tempat konsumen yang datang dapat duduk dan menikmati produk yang ia beli sambil menikmati suasana dan *store atmosphere* yang didesain oleh produsen.

Selain *store atmosphere*, harga juga menjadi pusat perhatian para konsumen toko kelontong. Produsen berlomba-lomba memberikan harga dan pelayanan serta produk yang sesuai dengan kemampuan dan harapan konsumen. Tidak sedikit produsen toko kelontong yang akhirnya menawarkan harga produk paket sebagai salah satu startegi pentapan harga. Saat ini banyak produsen yang menjual produk di dalam bentuk paket dengan harga yang lebih murah dibanding saat konsumen harus membeli satuan. Harga produk paket dinilai menguntungkan bagi konsumen dan mampu menarik minat beli konsumen.

Salah satu toko kelontong yang ada di Jakarta dan sedang berkembang pesat adalah *7-Eleven*. Menurut data yang dilansir oleh *Stores* (http://www.stores.org, 2012), tahun 2011, *7-Eleven* mampu menempati posisi nomer 40 dalam deretan *Top* 100 *Retailers* mengalahkan Starbucks. *7-Eleven* merupakan toko kelontong dengan konsep menyerupai *minimart* serta mini *cafè* tempat konsumen dapat membeli produk yang dijual lalu duduk dan menikmati hidangan sambil berbincang dengan teman atau keluarga di kursi dan meja yang disediakan oleh pihak *7-Eleven.* Setelah 3 tahun sejak toko pertama dioperasikan, *7-Eleven* terus mengalami pertumbuhan dengan membuka sejumlah gerai di seputar wilayah Jakarta. Menurut data yang dimuat di dalam media berita *online* Jawa Pos (www.jpnn.com, 2012), *7-Eleven* sudah memiliki 57 gerai yang tersebar di seluruh Jakarta.

Lokasi *7-Eleven* yang tersebar di seluruh penjuru Jakarta disebabkan besarnya minat beli konsumen terhadap toko kelontong ini. *7-Eleven* juga memiliki *store atmosphere* yang dapat dikatakan cukup nyaman, bersih, dan bergaya modern. Kursi dan meja yang disediakan cukup banyak serta nyaman membuat konsumen betah berlama-lama duduk dan menikmati *store atmosphere* dari *7-Eleven.* Kebersihan gerai juga menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh pengelola demi memenuhi rasa nyaman para konsumennya

Produk yang dijual oleh *7-Eleven* meliputi makanan, minuman, serta kebutuhan sampingan konsumen lainnya seperti kebutuhan sehari-hari konsumen. Harga produk paket juga kerap ditawarkan oleh *7-Eleven* terhadap konsumennya. Harga produk paket tersebut cenderung berubah atau berganti setiap bulannya agar konsumen tidak merasa jenuh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *store atmosphere* toko kelontong *7-Eleven?*
2. Bagaimana strategi penetapan harga produk paket yang diterapkan oleh toko kelontong *7-Eleven?*
3. Bagaimana minat beli mahasiswa ABFI Institute Perbanas Jakarta terhadap toko kelontong *7-Eleven*?
4. Apakah *store atmosphere* dari toko kelontong *7-Eleven* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa ABFI Institute Perbanas Jakarta?
5. Apakah strategi penetapan harga produk paket yang diterapkan oleh toko kelontong *7-Eleven* berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa ABFI Institute Perbanas Jakarta?
6. Seberapa besar pengaruh *strore atmosphere* dan strategi penetapan harga produk paket terhadap minat beli mahasiswa ABFI Institute Perbanas Jakarta pada toko kelontong *7-Eleven?*

Dengan kondisi yang ada, di dalam melakukan penelitian ini penulis memiliki beberapa batasan sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya berdasarkan perspektif dari sisi konsumen.
2. Konsumen yang penulis pilih untuk dijadikan koresponden adalah mahasiswa ABFI Institute Perbanas yang mengambil Program Studi Strata Satu Manajemen Keuangan Perbankan yang aktif berkuliah pada Semester Genap 2011/2012.
3. Penulis tidak membahas faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada toko kelontong *7-Eleven*.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi

1. Perusahaan di dalam rangka memberikan sumbangan informasi mengenai seberapa besar pengaruh *strore atmosphere* dan harga terhadap minat beli mahasiswa ABFI Institute Perbanas Jakarta pada toko kelontong *7-Eleven*, sehingga perusahaan mampu melakukan perbaikan-perbaikan di segala bidang yang berhubungan dengan minat beli konsumen. Hal ini dilakukan agar minat beli konsumen terhadap toko kelontong *7-Eleven* dapat terus

meningkat seiring dengan berjalannya waktu.

2. Akademis di dalam memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran mengenai pengaruh *strore atmosphere* dan strategi penetapan harga produk paket terhadap minat beli konsumen pada toko kelontong *7-Eleven*.

3. Masyarakat untuk sumbangan pengetahuan kepada mengenai pengaruh *strore atmosphere* dan strategi penetapan harga produk paket terhadap minat beli konsumen pada toko kelontong *7-Eleven*.

METODE ANALISIS

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ABFII Perbanas Jakarta Program Studi Stara Satu Manajemen Keuangan dan Perbankan yang masih aktif berkuliah dan sudah pernah berbelanja di toko kelontong *7-Eleven*. Jumlah mahasiswa ABFI Institute Perbanas program studi Stara Satu Manajemen Keuangan Perbankan yang masih aktif berkuliah pada semester genap berjumlah 1.316 orang (Statistik Mahasiswa yang Mengikuti FRS, 2011/2012).

Populasi penelitian ini adalah sejumlah 1.316. Namun, penulis tidak dapat mengetahui jumlah pasti berapa banyak mahasiswa ABFI Institute Perbanas program studi Stara Satu Manajemen Keuangan Perbankan yang masih aktif berkuliah pada semester genap 2011/2012 yang sudah pernah berbelanja di toko kelontong *7-Eleven* secara keseluruhan. Oleh karena itu, peneliti menetapkan sampel penelitian sebanyak 50. Menurut Sugiyono (2010 : 129) ukuran sampel yang dapat dianggap layak untuk digunakan dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 orang responden. Sehingga 50 sampel yang digunakan oleh penulis adalah layak dan mampu mewakili keseluruhan populasi.

Definisi Operasional Variabel

variabel independen dan dependen dari penelitian ini adalah :

a. Variabel independen

Terdapat 2 variabel independen dalam penelitian ini, yakni :

1. *Store atmosphere* (X_1), merupakan suatu elemen lain yang dirancang guna melengkapi sebuah toko atau usaha (Kotler, 2008:153). Dimensi dari *store atmosphere* didapatkan dari pemaparan yang dilakukan oleh Sopiah dan Syihabudin (2008:149) sebagai berikut :

a. Desain toko
b. Perencanaan toko
c. Komunikasi visual
d. Penyajian *merchandise*

2. Strategi penetapan harga produk paket (X_2)

Pengertian dari strategi penetapan harga produk menurut Lamb (2001:326) merupakan pemasran dari dua atau lebih produk dalam satu kemasan tunggal dengan menggunakan harga tertentu.

Adapun dimensi dari strategi penetapan harga produk paket yang dipaparkan oleh Sopiah dan Syihabudin (2008:146) adalah :

a. Membentuk citra
b. Promosi

c. Berlindung dari ancaman pesaing

b. Variabel dependen

Variabel dependen di dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y). Swastha dan Handoko (2000) dalam Kristanto dan Wicaksosno (2009:264) mengartikan minat beli sebagai sebagai serangkaian kegiatan individu untuk mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa termasuk proses pengambilan keputusan dan penentuan serangkaian kegiatan tersebut. Dimensi dari minat beli konsumen menurut jurnal karya Karmela dan Junaedi (2009:102) adalah sebagai berikut :

a. *Attention* (menarik perhatian)
b. *Interest* (menimbulkan minat lebih dalam)
c. *Desire* (keinginan untuk membeli)
d. *Action* (melakukan pembelian)
e. *Satisfaction* (menimbulkan kepuasan)

Teknik Analisis Data

Ketika sebuah penelitian menggunakan analisis regresi untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis dihadapkan pada beberapa masalah. Beberapa masalah di dalam analisis regresi dapat diatasi dengan beberapa uji sebagai berikut :

a. Uji Normalitas, digunakan untuk melihat apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi. Asumsi kenormalan dapat diuji dengan menggunakan plot Normal PP Plot (Purwoto, 2008:136). Apabila pada hasil digambarkan sebarannya berada disekitar garis lurus (garis normal), dapat disimpulkan bahwa sisanya juga meneyebar secara normal. Hal tersebut menandakan bahwa asumsi mengenai kenormalan dapat diterima.

b. Uji Autokorelasi

Asumsi autokorelasi biasanya terjadi pada data deret-waktu (*time series data*). Data tersebut hanya memiliki satu observasi untuk setiap variabel pada setiap satuan waktu tertentu (Salvatore (2005:181). Asumsi autokorelasi dapat muncul apabila terdapat tren dan siklus di dalam variabel ekonomi. Autokorelasi mampu dideteksi dengan manggunakan statistik Durbin-Watson (DW). Apabila hasil dari statistik DW mengindikasikan adanya autokorelasi, penulis harus melakukan penyesuaian terhadap dampak yang akan timbul kemudian.

c.Uji Heteroskedastisitas dan Homokedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan sebuah masalah yang timbul di dalam analisis regresi yang disebabkan oleh munculnya varians konstan dari faktor galat untuk semua nilai dari variabel bebas yang tidak dipenuhi (Salvatore, 2005:179). Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat plot antara nilai prediksi dengan residualnya (Purwoto, 2008:138). Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila hasil plot penacaran dari titik-titik tersebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu dan menyebar di sekitar angka 0. Apabila heteroskedastisitas tidak terjadi, homoskedastisitas dapat dipenuhi.

d.Uji Multikolinearitas

merupakan situasi saat dua atau lebih variabel penjelasan di dalam suatu

regresi sama-sama memiliki korelasi yang tinggi. Multikolinearitas dapat dilihat saat data diolah dengan software SPSS. Output dari pengolahan akan menunjukkan nilai VIF dari data tersebut. Apabila nilai VIF kurang dari 10 berarti tidak terjadi multikolinearitas (Purwoto, 2008:138).

Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen

Pengukuran terhadap variabel-variabel penelitian menggunakan 2 metode analisis data, yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

Sugiyono (2010:172) mengatakan bahwa suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang sedang diteliti. Instrumen yang valid menandakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan atau mengukur data penelitian valid, berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Purwoto (2008:225) menjabarkan rumus untuk uji validitas sebagai berikut :

Rumus *Pearson Product Moment*

$$\mathbf{r}_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X).(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total
n = jumlah responden
X = skor butir pada nomor butir ke-i
Y = skor total responden

Untuk menguji apakah suatu instrumen dikatakan valid atau tidak, dilakukan korelasi skor butir dengan skor total (Sugiyono, 2010:178). Suatu instrumen dinyatakan tidak valid apabila memiliki nilai korelasi di bawah 0,03. Instrumen yang tidak valid harus diperbaiki atau bahkan dibuang. Adapun kriteria pengujian validitas suatu kuesioner adalah pengujian pengambilan keputusan dibandingkan dengan daftar harga r kritis dari r-*product moment* pada taraf nyata 5%.

Uji validitas dilakukan pada instrumen *Store Atmosphere*, Harga Produk Paket dan Minat Beli Konsumen. Terdapat 44 butir pernyataan yang disebarkan untuk uji validitas hanya berjumlah 20 responden. Data hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan *software* SPSS 20. Hasil uji Validitas ini menunjukkan bahwa 44 butir pernyataan yang ada semuanya valid.

Pengujian reliabilitas sebuah instrumen merupakan sebuah syarat untuk pengujian validitas instrumen. Meskipun suatu instrumen yang

dinyatakan valid umumnya pasti realibel, pengujian reabilitas instrumen tetap harus dilakukan (Sugiyono (2010:174)). Pengujian reabilitas terhadap suatu instrumen berguna untuk menentukan apakah instrumen tersebut baik. Suatu instrumen yang baik, saat diuji reabilitasnya secara berulang-ulang kali akan menghasilkan data yang sama (kosisten). Rumus uji reabilitas denagn menggunakan rumus KR 21 sebagai berikut :

Rumus KR 21

$$r_i = \frac{k}{(k-1)}\left\{1 - \frac{M(k-M)}{k\, s_t^2}\right\}$$

Keterangan :
k = jumlah item dalam instrumen
M = *mean* skor total
s^2_t = *varians* total

Di dalam penelitian ini, uji reabilitas dianalisis dengan menggunakan *software* SPSS 20 dengan uji *Alpha Cronbach*. Uji reabilitas dilakukan menggunakan data pre-test dengan sampel sebanyak 20 orang responden.

Nilai dari analisis instrumen variabel *store atmosphere* dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* ini, menunjukkan nilai keterandalan dengan hasil 0,902, variabel penetapan harga produk 0,933, dan variabel minat beli konsumen 0,908. Sesuai dengan skala uji Alpha Reliabilitas yaitu 0,9 < alpha < 1,00 = reabilitas data baik. Sehingga hasil uji dari setiap jawaban sudah berreliabilitas baik dan mempunyai hubungan validitas yang tinggi dari setiap instrumennya.

Kriteria Pengujian

Di dalam mengevaluasi hasil kuesioner dari variabel *Store Atmosphere*, Strategi Penetapan Harga Produk Paket dan Minat Beli, dibutuhkan sebuah interpretasi. Intrerpretasi dari hasil perhitungan pada tabel dapat ditentukan berdasarkan rentang kriteria penilaian yang dihitung melalui nilai tertinggi dan terendah dari tiap butir pertanyaan. Adapun rumus perhitungan nilai tertinggi dan terendah adalah sebagai berikut :

Rumus Rentang Kriteria Penilaian

$$\text{Rentang} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{5}$$

Keterangan :
5 = jumlah kelas

Dari rumus tersebut, dapat ditentukan rentang kriteria penelitian adalah sebagai berikut :

$$\text{Rentang} = \frac{250-50}{5} = 40$$

Dengan jumlah rentang sebesar 40, maka kemudian penulis dapat menyusun kategori skala hasil penelitian sebagai berikut :

Kategori Skala Hasil Penelitian

Kategori Penelitian	Rentang Penelitian
Sangat baik	210-250
Baik	170-209
Cukup baik	130-169
Tidak baik	90-129
Sangat tidak baik	50-89

Selain menggunakan skala untuk penelitian, dalam pengujian hasil penelitian penulis menggunakan kriteria pengujian regresi. Kriteria pengujian regresi yang digunakan adalah penilaian yang melibatkan nilai *r*. Nilai *r* diinterpretasikan dalam sejumlah rentang sebagai berikut :

Interpretasi Nilai *r*

Besarnya nilai *r*	Interpretasi
0,800 – 1,00	Hubungan yang sangat tinggi, dapat diandalkan
0,600 – 0,800	Hubungan yang tinggi, kuat
0,400 – 0,600	Hubungan sedang
0,200 – 0,400	Hubungan yang rendah tapi pasti
0,000 – 0,200	Hubungan rendah sekali

Sumber : Sugiyono (2005) dalam Yusnita (2012:49)

Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan untuk mengubah atau menganalisis data agar data yang diperoleh dapat diinterpretasikan sehingga laporan yang dibentuk menjadi mudah dipahami. Penulis menggunakan beberapa teknik analisis data sebagai berikut :

a.Uji regresi

Pengujian hipotesis di dalam penelitian ini menggunakan model

regresi baik tunggal maupun berganda. Regresi tunggal digunakan untuk menguji hipotesis yang bersifat parsial, dalam penelitian ini yaitu H_1 dan H_2. Uji regresi tunggal dilakukan dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2010:270) :

Rumus Regresi Linear Sederhana

$$Y' = a \pm bX$$

Keterangan:
Y' = subjek di dalam variabel dependen yang diprediksikan
a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)
b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan sebuah angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang di- dasarkan pada variabel independen. Bila b positif (+), naik, bila b negatif (-) berarti terjadi penurunan.
X = subjek pada variabel independen yang memilik inilai tertentu

Uji regresi berganda digunakan untuk menguji H_3. Hipotesis tersebut merupakan hipotesis yang setiap variabelnya bersifat simultan. Uji regresi berganda dilakukan dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2010:277) :

Rumus Regresi Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :
Y = minat beli konsumen
A = konstanta
b_1, b_2, = koefisien persamaan regresi predictor X_1, X_2
X_1 = *store atmosphere*
X_2 = penetapan harga produk paket

b, Uji parsial (Uji t)
Uji t digunakan untuk menguji seberapa signifikan pengaruh antar variabel yang diujikan. Uji ini digunakan untuk melihat signifikansi hipotesis yang bersifat parsial. Adapun hipotesis yang bersifat parsial dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis 1 :
Ho_1 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *store atmosphere* dengan minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven.*

Ha_1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *store atmosphere* dengan minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven.*
Hipotesis 2 :
Ho_2 : Tidak terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara penetapan harga produk paket dengan minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven.*
Ha_2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penetapan harga produk paket dengan minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven.*

Rumus uji t yang digunakan adalah rumus uji t untuk pengujian hipotesis asosiatif menggunakan rumus seperti berikut (Sugiyono, 2010:250) :

Rumus Uji Signifikansi Regresi

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:
r = nilai regresi
n = jumlah sampel

Setelah t_{hitung} diketahui, selanjutnya hasil dibandingkan dengan t_{tabel}. Penelitian ini menggunakan taraf kesalahan 5% dua pihak dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) dk = n – 2. Ketentuan dari perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah sebagai berikut :

1. Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka Ho diterima
2. Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka Ho ditolak

c.Koefisien Determinasi (R^2)

Penelitian yang dilakukan oleh penelitian menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hipotesis simultan, maka haru dicari berapa koefisien determinasi dari hasil penelitian. Koefisien determinasi dicari untuk mengukur proporsi dari variasi total variabel terkait yang dijelaskan oleh variabel bebas. Koefisien determinasi atau R^2 dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan seberapa besar pengaruh variabel *Store Atmosphere* (X_1) dan Strategi Penetapan Harga Produk Paket (X_2) secara bersama-sama terhadap minat beli (Y). Sedangkan untuk uji parsial, koefisien determinasi ditandai dengan lambang r^2.

d.Uji simultan (Uji F-statistik)

Dalam menguji hipotesis yang bersifat simultan, uji regresi berganda didukung oleh uji F untuk mengetahui seberapa besar signifikansi koefisien korelasi berganda. Adapun hipotesis yang bersifat simultan di dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis 3 :

Ho_3 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *store atmosphere*, dan penetapan harga produk paket dengan minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven.*

Ha_3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *store atmosphere*, dan penetapan harga produk paket dengan minat beli konsumen toko kelontong *7-Eleven.*

Untuk mendapatkan F_{hitung}, penulis menggunakan rumus Sugiyono (2010:286) sebagai berikut:

Rumus Uji Koefisien Regresi Ganda

$$F = \frac{R^2\ (N - m - 1)}{m\ (1 - R^2)}$$

Keterangan:
R^2 = koefisien determinasi
N = jumlah sampel
m = jumlah prediktor

HASIL ANALISIS

Sejarah *7-Eleven* di Indonesia

Kisah awal masuknya *7-Eleven* ke Indonesia seperti yang diceritakan Rista Rama Dhany (www.finance.detik.com, 2012) merupakan hasil kerja keras dan kesabaran dari Henri Honoris, Presiden Direktur dari PT Modern Putra Indonesia selaku pemegang lisensi *7-Eleven* di Indonesia.

Hampir 3 tahun berlalu sejak toko pertama didirikan, *7-Eleven* kini sudah memiliki sekitar 57 gerai (www.jpnn.com, 2012) di sekitar wilayah Jakarta dan Tangerang. *7-Eleven* sukses menjadi toko kelontong yang berbeda dengan toko kelontong kebanyakan. Konsumen gemar mendatangi *7-Eleven*, hal tersebut dapat dilihat dari toko *7-Eleven* yang kerap dipadati oleh pengunjung. Melihat hal tersebut dapat diperkirakan bisnis toko kelontong *7-Eleven* akan terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Identifikasi Responden

Di dalam melakukan penelitian, penulis melakukan identifikasi responden dengan mengumpulkan data responden sebagai berikut. Dari 50 responden sebanyak 5 responden merupakan angkatan 2007 (10%), 26 responden merupakan angkatan 2008 (52%), 6 responden merupakan angkatan 2009 (12%), 7 responden merupakan angkatan 2010 (14%), serta 6 responden merupakan angkatan 2011(12%).

Dari 50 responden yang mengisi kuesioner, 25 responden berjenis kelamin laki-laki (50%) dan 25 responden sisanya berjenis kelamin perempuan (50%).

Berdasarkan informasi uang saku perbulan yang diisi oleh 50 responden, 7 responden memiliki uang saku perbulan sebesar kurang dari Rp 500.000,- (14%), 23 responden memiliki uang saku per bulan berkisar antara Rp 500.000,- sampai dengan Rp 1.000.000,- (46%), 19 responden memiliki uang saku per bulan berkisar antara Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 2.000.000,- (38%), sedangkan 1 responden memiliki uang saku perbulan lebih dari Rp.2.000.000,- (2%).

Frekuensi mengunjungi toko kelontong *7-Eleven* di dalam satu bulan, dari 50 responden 9 diantaranya menjawab 1 kali (18%),

12 responden menjawab 2 kali (24%), 21 responden menjawab 3 kali (42%) dan 8 responden menjawab lebih dari 3 kali (16%).

Interpretasi Hasil

Penilaian Responden Terhadap Variabel *Store Atmosphere* (X_1)

Terhadap hasil pengolahan data secara kumulatif terhadap variabel *store atmosphere*, dapat dilihat bahwa nilai rata– rata tanggapan responden adalah sebesar 190. Kesimpulan dari nilai rata–rata tersebut adalah responden berada pada kategori baik.

Hasil pengolahan ke empat dimensi pada variabel *Store Atmosphere* (X_1) menunjukkan bahwa dimensi desain toko merupakan dimensi dengan nilai tertinggi, 196. Dengan demikian, desain toko memberikan dampak lebih pada variabel *Store Atmosphere* dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Penilaian Responden Terhadap Variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket (X_2)

Terhadap hasil pengolahan data secara kumulatif terhadap variabel, dapat dilihat bahwa nilai rata–rata tanggapan responden adalah sebesar 176. Kesimpulan dari nilai rata–rata tersebut adalah responden berada pada kategori baik.

Hasil pengolahan ke tiga dimensi pada variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket menunjukkan bahwa dimensi promosi merupakan dimensi dengan nilai tertinggi, 180. Dengan demikian, promosi memberikan dampak lebih pada variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

Terhadap hasil pengolahan data secara kumulatif terhadap variabel, dapat dilihat bahwa nilai rata–rata tanggapan responden adalah sebesar 191. Kesimpulan dari nilai rata–rata tersebut adalah responden berada pada kategori baik.

Hasil pengolahan ke lima dimensi pada variabel Minat Beli Konsumen menunjukkan bahwa dimensi *action* merupakan dimensi dengan nilai tertinggi 195. Dengan demikian, *action* memberikan dampak lebih pada variabel Minat Beli Konsumen dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Uji Regresi

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear baik sederhana maupun berganda yang diolah dengan *software* SPSS versi 20.

Bentuk persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 21{,}838 + 0{,}513X1 + 0{,}328X2$$

Dimana :

Y = Minat Beli Konsumen

X1 = *Store Atmosphere*

X2 = Penetapan Harga Produk Paket

Dari hasil dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,602. Nilai tersebut mampu menjelaskan bahwa variabel *Store Atmosphere* dan Strategi Penetapan Harga Produk Paket mampu menjelaskan keberagaman nilai yang ada pada variabel Minat Beli Konsumen sebesar 60,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Berdasarkan intrepretasi nilai R, nilai 0,602 merupakan nilai yang tinggi dan kuat.

Uji t Parsial

Hasil dari uji parsial yang mencari tahu hubungan dari tiap variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. t_{hitung} = 3,706. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal tersebut mengartikan variabel *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen. Besarnya pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar 0,513. Nilai tersebut memiliki arti apabila terjadi kenaikan nilai variabel *Store Atmosphere* sebesar satu akan menyebabkan kenaikan nilai variabel Minat Beli Konsumen sebesar 0,513 satuan. Dengan demikian, H_0 ditolak karena t_{hitung} untuk variabel *Store Atmosphere* lebih besar dari nilai t_{tabel}. **Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama di dalam penelitian ini sudah terjawab dan dapat diterima.**

2. t_{hitung} = 2,303. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal tersebut berarti variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen. Besarnya pengaruh variabel tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar 0,328. Nilai tersebut memiliki arti apabila terjadi kenaikan nilai variabel Penetapan Harga Produk Paket sebesar satu, akan menyebabkan kenaikan nilai variabel Minat Beli Konsumen sebesar 0,328 satuan. Dengan demikian, H_0 ditolak karena t_{hitung} untuk variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket lebih besar dari nilai t_{tabel}. **Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini sudah terjawab dan dapat diterima.**

Uji F Simultan

Uji F dilakukan untuk mengetahui hubungan simultan dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Dengan menggunakan *software*SPSS 20, dapat dilihat hasil perhitungan mengenai uji F simultan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil F hitung, dapat disimpulkan bahwa F tabel < F hitung, 3,192 < 35,503. Dari hasil tersebut, dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak karena nilai signifikansi (0,000) < alpha (0,05). Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%, peneliti dapat menyatakan bahwa secara simultan, variabel *Store Atmosphere* dan Penetapan Harga Produk Paket memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

Minat Beli Konsumen. **Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga dari penelitian ini telah terjawab dan dapat diterima.**

Uji Normalitas

Uji Normalitas dicek dan dilakukan terhadap tiap–tiap variabel, sehingga didapatlah nilai residual dari persamaan regresi linear berganda sebagai berikut. Dari output dapat dilihat bahwa baik data dari masing–masing variabel maupun data residual persamaan regresi yang terbentuk, kesemuanya sama–sama memiliki pp plot dengan titik yang menyebar mengikuti garis miring 45 derajat. Dengan demikian, asumsi normalitas atas data dapat dikatakan sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Pengecekkan gangguan multikoli-nieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF sebagai berikut. Dari output dapat disimpulkan bahwa antarvariabel bebas di dalam persamaan regresi tidak mengandung gangguan multikolinieritas, karena nilai VIF lebih kecil dari 10.

Uji Autokorelasi

Pengecekkan autokorelasi dilaku-kan melalui uji durbin Watson. Suatu model regresi linier berganda dikatakan bebas dari gangguan autokorelasi jika nilai DW yang diperoleh berada di dalam interval dU<dW<4-dU. Nilai dU untuk sampel 50 dengan 2 variabel bebas adalah 1,63 (Sumber: Tabel Durbin Watson). Dengan demikian, nilai batas interval menjadi 1,63<dW<2,37. Nilai dW untuk residual persamaan yang terbentuk adalah 1,684. Karena nilai ini berada di dalam batas interval tersebut, persamaan regresi yang terbentuk sudah terbebas dari gangguan autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas dan Homoskedastisitas

Pengecekkan heteroskedastisitas dan homoskedastisitas dapat dilakukan melalui scatterplot sebagai berikut.Residual dikatakan bebas dari gangguan heteroskedastisitas jika hasil plot pencaran dari titik-titik tersebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu dan menyebar disekitar angka 0. Dengan demikian asumsi homoskedastisitas dapat dikatakan sudah terpenuhi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian terdahulu yang mengandung variabel yang serupa dengan penelitian ini adalah sebagai berikut. Penelitian pertama dilakukan oleh Karmela dan Junaedi (2009) dengan *Store Atmosphere* sebagai variabel independen dan Minat Beli Konsumen sebagi variabel dependen, diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Store Atmosphere* memiliki pengaruuh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Pada penelitian kedua yang dilakukan oleh Meldarianda dan Lisan (2012) didapatkan hasil bahwa *instore atmosphere* yang merupakan bagian dari *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Penelitian terakhir dilakukan oleh Kristanto dan Wicaksono (2009) memiliki hasil bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Dari ketiga penelitian tersebut, secara keseluruhan semuanya mengungkapkan kenyataan bahwa variabel *Store Atmosphere* dan Strategi Penetapan Harga Produk Paket berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal tersebut sama halnya denang penelitian ini, yaitu variabel *Store Atmosphere* dan Penetapan Harga Produk Paket berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa mahsiswa ABFI Institute Perbanas Jakarta beranggapan bahwa *Store Atmosphere* dan Penetapan Harga Produk Paket berpengaruh terhadap Minat Beli mereka terhadap produk yang dijual oleh toko kelontong *7-Eleven*.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil pembahasan dan interpretasi hasil penelitian yaitu :

1.Terhadap hasil pengolahan data secara kumulatif terhadap variabel *Store Atmosphere*, didapat nilai rata– rata tanggapan responden adalah sebesar 190. Hal tersebut membuktikan bahwa *store atmosphere* toko kelontong *7-Eleven* berada dalam kategori penilaian baik.

2.Terhadap hasil pengolahan data secara kumulatif terhadap variabel Penetapan Harga Produk Paket, diperoleh nilai rata– rata tanggapan responden adalah sebesar 176. Dapat dikatakan bahwa strategi penetapan harga produk paket yang dilakukan oleh toko kelontong *7-Eleven* baik.

3.Terhadap hasil pengolahan data secara kumulatif terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dapat dilihat bahwa nilai rata– rata tanggapan responden adalah sebesar 191. Dapat dikatakan bahwa minat beli mahasiswa ABFI Institute Perbanas terhadap toko kelontong *7-Eleven* tinggi.

4.Pada uji Regresi, didapat t_{hitung} = 3,706. Maka $th_{itung} > t_{tabel}$. Besarnya pengaruh variabel *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen variabel adalah sebesar 0,513. Angka tersebut dapat diartikan bahwa variabel *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen. Kenaikan nilai variabel *Store Atmosphere* sebesar satu poin akan menyebabkan kenaikan nilai variabel Minat Beli Konsumen sebesar 0,513 satuan.

5.Pada uji Regresi, didapat t_{hitung} = 2,303. Maka $th_{itung} > t_{tabel}$. Besarnya pengaruh variabel Penetapan Harga Produk Paket terhadap Minat Beli Konsumen berdasarkan hasil uji Regresi adalah sebesar 0,328. Angka tersebut dapat diartikan bahwa variabel Penetapan Harga Produk Paket memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen. Kenaikan nilai variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket sebesar satu akan menyebabkan kenaikan nilai variabel Minat Beli Konsumen sebesar 0,328 satuan.

6.Berdasarkan hasil F hitung dapat disimpulkan bahwa F tabel < F hitung, 3,192 < 35,503. Berdasarkan uji Regresi ANOVA dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak karena nilai signifikansi (0,000) < alpha (0,05). Dengan tingkat keprcayaan sebesar 95%, peneliti dapat menyatakan bahwa secara simultan, variabel *Store Atmosphere* dan Penetapan Harga Produk Paket

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

7-Eleven. (2012). *The Birth of Convenience Retailing*, 7-Eleven Corp, (Online), (http://corp.7-eleven.com /AboutUs /History/tabid/75/Default.aspx, diakses 02 Juli 2012).

ABFI Institiute Perbanas Jakarta. (2012). *Statistik Mahasiswa yang Mengikuti FRS*, 2011/2012. Jakarta: ABFI Instititute Perbanas.

Boyd, Harper W., Jr., Walker, Orville C., Jr., dan Larrèchè, Jean C. (2000). *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Dhany, Rista R. (2012). *Kisah Awal Masuknya 7-Eleven ke Indonesia*, Detik Finance, (Online), (http://finance.detik.com/read/2012/06/19/201642/1945524/4/kisah-awal-masuknya-7-eleven-ke-indonesia, diakses 02 Juli 2012).

Jawa Pos. (2012). *Pertumbuhan 7-Eleven di Indonesia*, (Online), (www.jpnn. com, diakses 13 Feb 2012).

Karmela, Lili F., & Junaedi, Jujun. (2009). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan, Lembaga Ilmu Pendidikan Indonesia*, (Online), http://jurnal.pdii.lipi.co.id/admin/jurnal/590994106_0216-5287.pdf, diakses 18 Februari 2012).

Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kristanto, Yuni, & Wicaksosno, Seto D. (2009). *Pengaruh Harga dan Kualitas elayanan Terhadap minat Beli Konsumen di Apotik Barito Farma Sukoharjo, Lembaga Ilmu Pendidikan Indonesia*, (Online), (http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/2309259277.pdf, diakses 17 Februari 2012).

Lamb, Charles W., Jr., Hair, Joseph F., dan McDaniel Carl. (2001). *Pemasaran*. Buku 1 dan 2. Jakarta: Salemba Empat.

Meldarianda, Resti, dan Henky S. Lisan. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Atmosphere Bandung, Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, (Online), (http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/329, diakses 18 Februari 2012).

Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Persektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabet.

Purwoto, Agus. (2008). *Modul Laboratorium Statistik S1 Manajemen*. Jakarta: ABFI Institiute Perbanas.

Salvatore, Domonick. (2005). *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.

Sopiah dan Syihabudin. (2008). *Manajemen Bisnis Retail*. Malang: ANDI Yogyakarta.

Stores. (2012). *Top 10 Retailers 2011*,(Online),(http://www.stores.org diakses 07 April 2012).

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: ALFABETA

Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapan-nya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar–Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.

Sutisna dan Teddy Pawitra. (2003). *Perilaku Konsumen dan KomunikasPemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Yusnita, Shelly. (2012). *Pengaruh Keluarga dan Harga Terhadap Kesadaran Merek Pasta Gigi Pepsodent*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: ABFI Institiute Perbanas

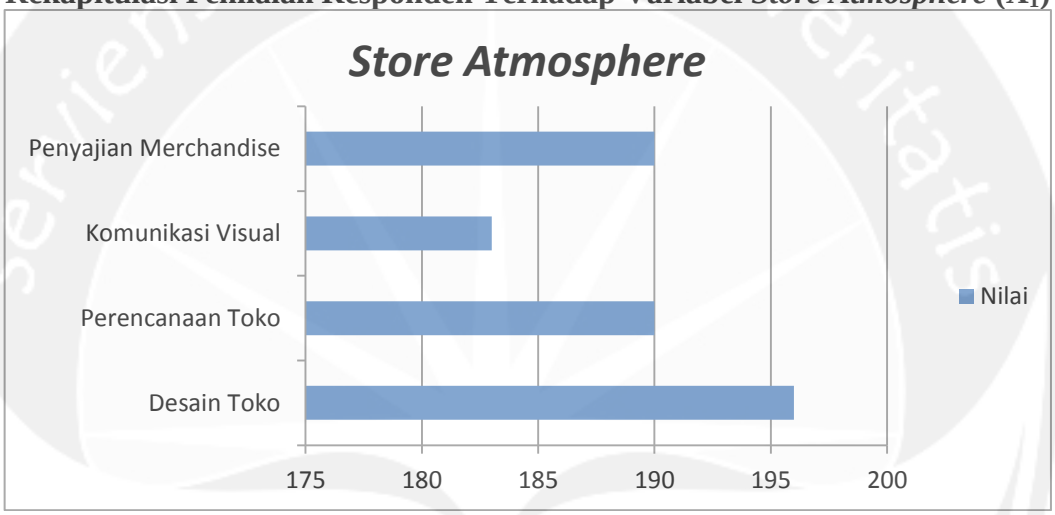
Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel *Store Atmosphere* (X_1)

No	Pernyataan	Nilai	Keterangan
Desain Toko			
1	Warna cat dinding toko kelontong *7-Eleven* memberi kesan bersih.	203	Baik
2	Warna cat dinding toko kelontong *7-Eleven* membuat Anda nyaman berbelanja di toko kelontong *7-Eleven*.	194	Baik
3	Desain interior toko kelontong *7-Eleven* memberi kesan nyaman.	199	Baik
4	Desain eksterior toko kelontong *7-Eleven* menarik minat beli Anda.	188	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		196	Baik
Perencanaan Toko			
5	Area penjualan pada toko kelontong *7-Eleven* didukung oleh lebih dari 1 kasir sehingga mempercepat transaksi pembayaran.	197	Baik
6	Anda tidak merasa jenuh apabila harus mengantri di area penjualan toko kelontong *7-Eleven.*	173	Baik
7	Area kostumer yang disediakan oleh pihak toko kelontong *7-Eleven* memadai.	190	Baik
8	Area kostumer yang disediakan oleh pihak toko kelontong *7-Eleven* membuat Anda senang mengunjungi toko tersebut.	199	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		190	
Komunikasi Visual			
9	Plang promo toko kelontong *7-Eleven* menarik perhatian Anda untuk berbelanja di toko tersebut.	181	Baik
10	Apabila tidak terdapat plang promo, Anda tetap tertarik untuk berbelanja di toko kelontong *7-Eleven.*	173	Baik
11	Poster produk pada dinding toko kelontong *7-Eleven* membantu Anda dalam memilih produk yang ingin Anda beli.	188	Baik
12	Poster produk pada dinding toko kelontong *7-Eleven*menarik minat Anda untuk membeli produk dalam poster tersebut.	188	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		183	
Penyajian *Merchandise*			
13	Produk yang dijual di toko kelontong *7-Eleven* disertai dengan keterangan yang jelas.	189	Baik

14	Apabila keterangan produk tidak jelas, terdapat banyak karyawan toko kelontong *7-Eleven* yang siap membantu untuk menerangkan.	188	Baik
15	Penataan letak produk yang dijual di toko kelontong *7-Eleven* menarik perhatian Anda untuk membeli.	194	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		190	
Nilai rata - rata tanggapan responden		190	Baik

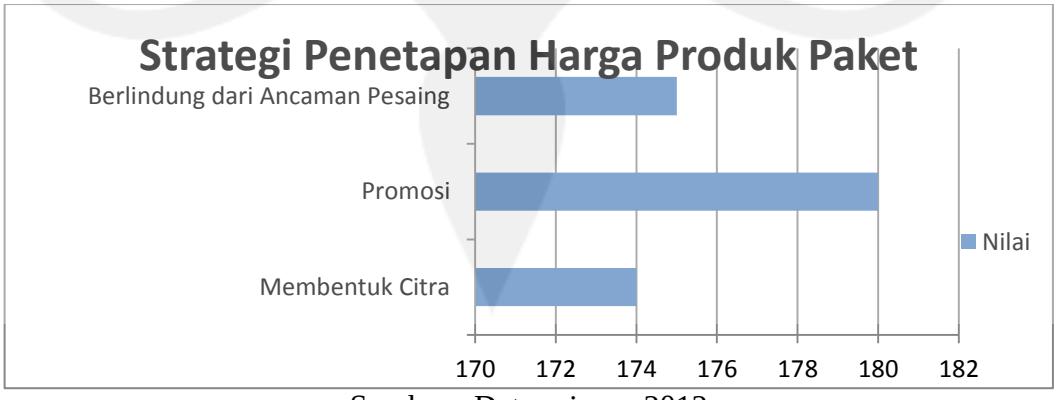
Sumber : Data Primer, 2012

Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel *Store Atmosphere* (X_1)



Sumber : Data Primer, 2012

Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket (X_2)



Sumber : Data primer, 2012

Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel Strategi Penetapan Harga Produk Paket (X_2)

No	Pernyataan	Nilai	Keterangan
Membentuk Citra			
1	Harga produk paket yang ditawarkan toko kelontong *7-Eleven* mengntungkan bagi Anda.	178	Baik
2	Tanpa adanya harga produk paket, toko kelontong *7-Eleven* tetap menguntungkan bagi Anda.	168	Baik
3	Harga produk paket memberikan citra toko kelontong *7-Eleven* sebagai toko dengan harga yang terjangkau.	182	Baik
4	Harga produk paket yang ditawarkan oleh toko kelontong *7-Eleven* lebih terjangkau dibandingkan dengan toko kelontong lainnya.	169	Cukup Baik
Nilai rata - rata perdimensi		174	
Promosi			
5	Harga produk paket yang ditawarkan toko kelontong *7-Eleven* sukses dalam mempromosikan produk baru.	182	Baik
6	Anda senang membeli produk baru yang dijual dengan harga paket oleh toko kelontong *7-Eleven.*	185	Baik
7	Harga produk paket yang ditawarkan oleh toko kelontong *7-Eleven* selalu menarik perhatian Anda.	183	Baik
8	Harga produk paket yang ditawarkan toko kelontong *7-Eleven* menjadi pilihan utama Anda saat berbelanja di toko tersebut.	170	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		180	
Berlindung dari Ancaman Pesaing			
9	Harga produk paket yang ditawarkan oleh toko kelontong *7-Eleven* lebih unggul dibandingkan toko kelontong lain.	175	Baik
10	Anda lebih memilih produk paket yang ditawarkan toko kelontong *7-Eleven* dibandingkan dengan toko kelontong lainnya.	173	Baik
11	Harga produk paket yang ditawarkan toko kelontong *7-Eleven* lebih menarik dibandingkan toko kelontong lainnya.	179	Baik

12	Harga produk paket yang ditawarkan oleh toko kelontong *7-Eleven* membuat Anda mengabaikan tawaran harga produk paket dari toko kelontong lain.	171	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		175	
Nilai rata - rata tanggapan responden		176	Baik

Sumber : Data Primer, 2012

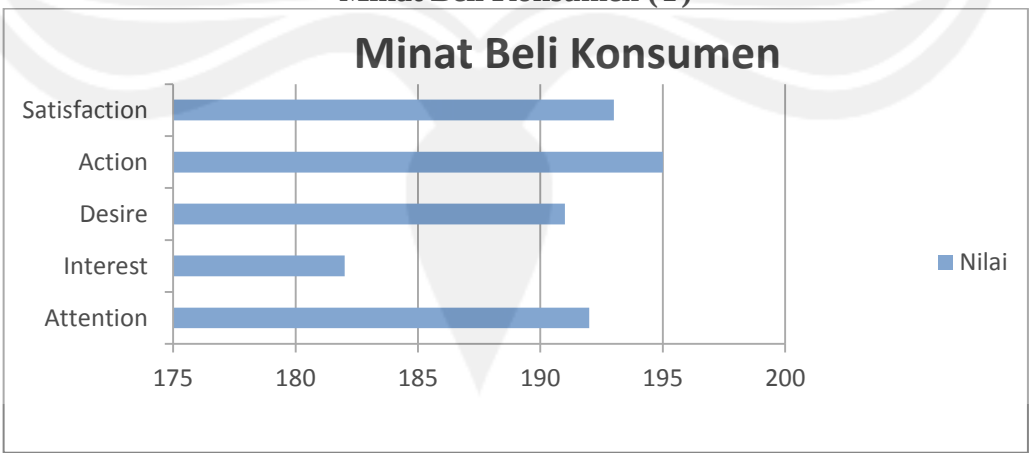
Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Nilai	Keterangan
***Attention* (Menarik Perhatian)**			
1	Toko kelontong *7-Eleven* menawarkan banyak jenis produk.	199	Baik
2	Jenis produk yang Anda butuhkan dapat Anda dapatkan di toko kelontong *7-Eleven.*	188	Baik
3	Toko kelontong *7-Eleven* memiliki produk khas yang tidak dijual toko keontong lainnya.	188	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		192	
***Interest* (Menimbulkan Minat Lebih Dalam)**			
4	Harga murah menjadi alasan Anda mengunjungi toko kelontong *7-Eleven.*	167	Baik
5	Harga produk yang dijual oleh toko kelontong *7-Eleven* sesuai dengan kualitas produk yang Anda nikmati.	193	Baik
6	Harga produk yang dijual oleh toko kelontong *7-Eleven* sesuai dengan kemampuan membeli Anda.	187	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		182	
***Desire* (Keinginan untuk Membeli)**			
7	Lokasi toko kelontong *7-Eleven* membuat Anda berminat untuk kembali lain waktu.	199	Baik
8	Atmosfer toko kelontong *7-Eleven* mampu menarik minat beli Anda.	185	Baik
9	Atmosfer toko kelontong *7-Eleven* membuat Anda ingin kembali lain waktu.	189	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		191	
***Action* (Melakukan Pembelian)**			
10	Semua produk yang dijual oleh toko kelontong *7-Eleven* terbukti memiliki kualitas yang bagus.	188	Baik

11	Kualitas produk yang ditawarkan toko kelontong *7-Eleven* lebih bagus dibandingkan toko kelontong lainnya.	183	Baik
12	Tanggal kadaluarsa suatu produk mempengaruhi minat beli Anda terhadap produk yang dijual oleh toko kelontong *7-Eleven.*	205	Baik
13	Tanggal kadaluarsa selalu tertera pada setiap produk yang dijual oleh toko kelontong *7-Eleven.*	205	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		195	
***Satisfaction* (Menimbulkan Kepuasan)**			
14	Karyawan yang bekerja di toko kelontong *7-Eleven* ramah.	197	Baik
15	Keramahan karyawan yang bekerja di toko kelontong *7-Eleven* membuat Anda puas.	193	Baik
16	Karyawan yang bekerja di toko kelontong *7-Eleven* cepat dalam menangani konsumen.	193	Baik
17	Anda merasa puas dengan kecepatan karyawan toko kelontong *7-Eleven* dalam melayani Anda.	187	Baik
Nilai rata - rata perdimensi		193	
Nilai rata - rata tanggapan responden		191	Baik

Sumber : Data Primer, 2012

Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y)



Sumber : Data Primer, 2012

Hasil Uji Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.838	5.298		4.122	.000
	X1	.513	.138	.510	3.706	.001
	X2	.328	.143	.317	2.303	.026

a. Dependent Variable: Y

Keterangan : nilai $t_{tabel} = t_{(0,05,n-k-1)} = t_{(0.05,47)} = 2,012$

Hasil Uji Regresi Model Summary (Koefisien Determinasi)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.776[a]	.602	.585	3.959	1.684

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Regresi ANOVA

ANOVA[a]

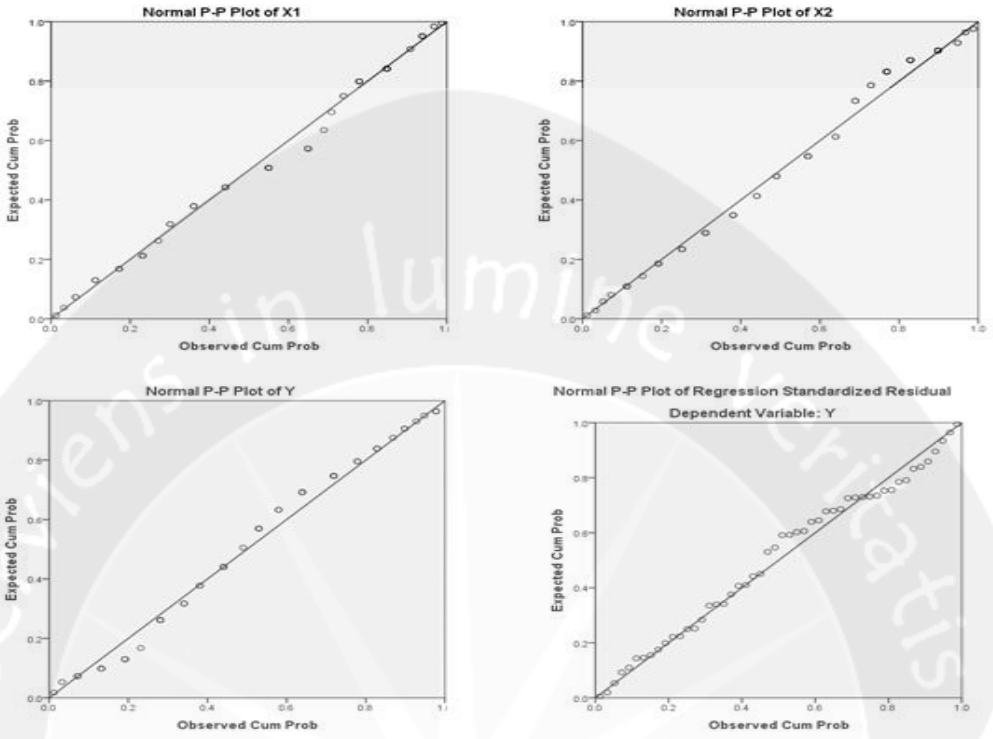
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1112.977	2	556.488	35.503	.000[b]
	Residual	736.703	47	15.675		
	Total	1849.680	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Keterangan: nilai F tabel = F(2;47) = 3,192

Hasil Uji Normalitas



Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,447	2,237
	X2	,447	2,237

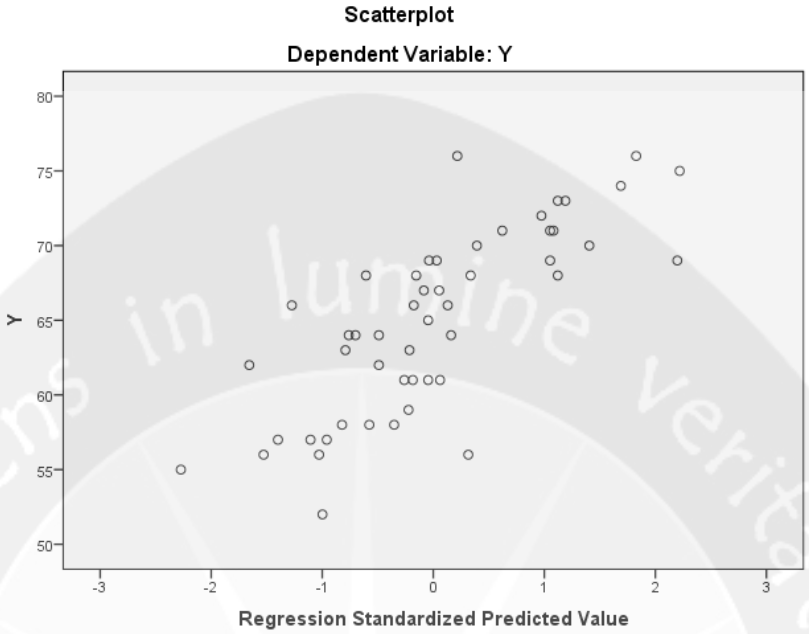
a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.776[a]	.602	.585	3.959	1.684

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Heterokedastisitas dan Homoskedastisitas



ANALYSIS OF INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION OF LOYALTY IN INDEPENDENT BANK (LIMITED), TBK JAKARTA BRANCH THAMRIN NINE

Sri Wahyuni[1)]
Siti Safaria[1)]
E-mail : safariasiti@gmail.com
[1)]Perbanas Institute, Jakarta

ABSTRACT

This study aims to determine how the effect of service quality on customer loyalty and satisfaction in bank Mandiri (Persero) Tbk Jakarta branch Thamrin Nine, to see how the influence of service quality on customer satisfaction and customer loyalty. And how the influence of customer satisfaction on customer loyalty.Sampling technique in studies using nonprobability sampling.Total sample of 100 respondents.Data analysis using Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL 8.70 program.The results showed that the loading factor of -0.0084 and t value of -0.486 in relation to service quality and customer loyalty kepuasn meaning H4 rejected. On the relationship of service quality on customer loyalty shows the value of loading factor of 0.36 and t value of 2.80, which means H2 received and concluded that service quality directly affects customer loyalty. The results of this study support the research conducted Chadha and DeepaKapoor (2009).

Keywords: *Internet Banking, Service Quality, Satisfaction, Loyalty, Structural Equation Modeling*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah di bank Mandiri (Persero), Tbk cabang Jakarta Thamrin Nine, untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan terhadap loyalitas nasabah. Serta bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Teknik sampling dalam penelitian menggunakan *nonprobability sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program LISREL 8.70. Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai loading factor sebesar -0,0084 dan nilai t sebesar -0,486 pada hubungan kualitas pelayanan dan kepuasn terhadap loyalitas nasabah yang berarti H4 ditolak. Pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah menunjukan nilai loading

factor sebesar 0,36 dan nilai t sebesar 2,80 yang berarti H2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan *Chadha* dan *Deepa Kapoor* (2009).

Keywords: Internet Banking, Service Quality, Satisfaction, Loyalty, Structural Equation Modeling

PENDAHULUAN

Industri perbankan di Indonesia saat ini sedang mengalami masa yang penuh dengan segala macam tantangan. Persaingan dalam berebut jumlah nasabah semakin gencar. Bank yang permodalannya kecil dan pengelolaannya tidak profesional harus tersingkir.

Hal ini menjadi suatu keharusan bagi bank untuk senantiasa mengikuti dan menyesuaikan dengan semua perubahan yang ada agar selaras dengan lingkungan usaha yang berubah. Bank diharuskan untuk meningkatkan kepekaan terhadap perubahan lingkungan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan mengkonsumsi jasa bank.

Untuk menarik minat masyarakat terhadap jasa bank pihak perbankan perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima nasabah, seperti meningkatkan atau minimal fasilitas-fasilitas bank tersebut.

Manajemen perbankan memandang nilai tambah yang muncul dari kualitas pelayanan kepada nasabah sebagi tantangan terbesar saat ini, sehingga setiap manajemen berlomba-lomba untuk meningkatkan rating kualitas pelayanan mereka terhadap nasabah.

Kualiatas jasa (pelayanan) menurut Lovelock dan Wright (2005:96), adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.

Kotler (2005:70), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Pada industri jasa, kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan yang terjadi pada saat pelanggan berinteraksi dengan organisasi untuk memperoleh jasa yang dibelinya. Dari pengertian-pengertian tersebut diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu harapan dan kinerja.

Apabila kinerja mendekati harapan maka nasabah akan merasa puas, tapi bila kinerja jauh dari harapan maka nasabah akan mengalami kekecewaan atau ketidakpuasan. Dengan kualitas pelayanan yang baik serta kepuasan

dari harapan yang terpenuhi, maka akan terciptanya loyalitas nasabah.

Lovelock dan Wright (2005:133), loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Pelanggan yang loyal umumnya akan melanjutkan menggunakan jasa bank yang mereka pilih walaupun dihadapkan pada banyak alternative pelayanan jasa bank lainnya yang menjadi pesaing.

Ali Syafiq dan Haryono (2010:7) mengemukakan bahwa: (1) kualitas pelanggan tidak mempengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan, (2) kualitas pelanggan mempengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan, (3) kepuasan pelanggan mempengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan, (4) variabel kepercayaan mempengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan, dan (5) kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan kepercayaan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tetapi mempunyai pengaruh secara tidak langsung melalui faktor kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Chadha dan Deepa Kapoor (2009) mengemukakan bahwa adanya hubungan yang positif antara biaya beralih, kualitas pelayanan dan kepuasan pada loyalitas pelanggan yaitu (1) semakin tinggi biaya beralih, semakin tinggi loyalitas pelanggan. (2) semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi loyalitas pelanggan. (3) semakin tinggi kepuasan pelanggan, semakin tinggi loyalitas pelanggan. (4) semakin tinggi biaya beralih, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di Bank Mandiri, dengan pertimbangan bahwa kecenderungan nasabah yang lebih memilih pelayanan yang mudah dan nyaman, dijadikan salah satu acuan Bank Mandiri dalam menyusun strategi pengembangan bisnisnya. Dalam majalah *Marketing* (2007:30), terdapat tiga kategori nasabah: (1) nasabah yang sensitif terhadap suku bunga, (2) nasabah yang sensitif terhadap pelayanan, dan (3) nasabah yang sensitif terhadap suku bunga dan pelayanan.

Bank Mandiri rupanya lebih mempertahankan kelompok nasabah yang kedua, yakni sensitif terhadap pelayanan tetapi tidak sensitif terhadap suku bunga. Hal ini terlihat dari budaya yang mereka kembangkan, dimana *customer focus* merupakan salah satu nilai utama Bank Mandiri dalam membina hubungan baik dengan seluruh nasabahnya.

Alasan lainnya adalah seperti yang ditegaskan oleh Senior VP Mass & Electronic banking Bank Mandiri, Inkawan D. Jusi (*Marketing*, 2007:30), bahwa dengan keunggulan layanan yang dimilikinya serta di dukung oleh *image* Bank Mandiri yang sudah kuat, tidak heran jika banyak nasabah memilih tabungan Mandiri

sebagai wadah untuk menyimpan uangnya.

Idetifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri?
4. Bagaimana tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri ?
5. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di bank Mandiri.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan loyalitas nasabah pada bank Mandiri.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di bank Mandiri.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah di bank Mandiri.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kotler dan Armstrong, (2001:310) mendefinisikan kualitas sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau disiratkan.

Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangkan panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional seperti ini memungkinkan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Menurut Schanaars (Tjiptono, 2001:24), tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para pelangggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke

mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sedangkan Oliver (Tjiptono, 2001:24) mengemukakan bahwa pada dasarnya penegertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)

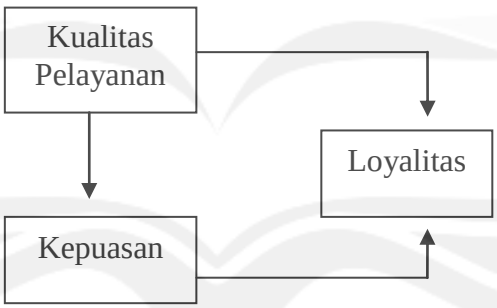
Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sangat unggul kepada para pelanggannya, menyebabkan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan dapat menciptakan pelanggan yang loyal kepada perusahaan.

Menurut Grifin (2003:16) loyalitas pelanggan disebut sebagai pembelian nonrandom yang di ungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

Grifin (2003:22) ada faktor kedua yang dapat menentukan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa adalah pembelian ulang. Empat jenis loyalitas yang berbeda muncul apabila keterkaitan rendah dan tinggi diklasifikasi silang dengan pembelian ulang yang rendah dan tinggi.

Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Berpikir



H1 : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah..

H2 : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas.

H3 : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

H4 : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan bank dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

I. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Mandiri (Persero), Tbk kantor cabang Jakarta Thamrin Nine.

Teknik sampling dalam penelitian menggunakan *nonprobability sampling*. Menurut Husein Umar (2001:82) pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dimana jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner disebarkan kepada nasabah PT Bank Mandiri (Persero), Tbk kantor cabang Jakarta Thamrin Nine, yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan terstruktur yang dapat meliputi pertanyaan tertutup dalam angket tertutup dibuat menggunakan skala likert dengan memberi nilai 1 sampai dengan 5 dengan pilihan jawaban sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku literatur, jurnal, internet, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Dimensi	Indikator	No
Kualitas Pelayanan (X)	1.Profesionalisme dan keterampilan	• Pelayanan Bank Mandiri mampu memenuhi kebutuhan nasabah. • Karyawan Bank Mandiri handal dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. • Karyawan Bank Mandiri memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjawab pertanyaan dari nasabah.	1 2 3
	2.Sikap dan Perilaku	• karyawan Bank Mandiri berperilaku sopan dan ramah dalam melayani nasabah. • Karyawan Bank Mandiri cepat dan tanggap terhadap keluhan atau permintaan yang disampaikan oleh nasabah. • Karyawan Bank Mandiri selalu berpakaian rapih dalam bekerja.	4 5 6
	3.Aksesibilitas dan Fleksibilitas	• Bank Mandiri memiliki fasilitas ATM yang lengkap dan tersebar luas di semua tempat. • Fasilitas Bank Mandiri memberikan kemudahan bagi nasabahnya. • Dalam bertransaksi, pelayanan Bank Mandiri tidak membuat nasabahnya menunggu lama.	7 8 9
	4.Reliabilitas dan *Trustworthiness*	• Bank Mandiri menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan. • Karyawan Bank Mandiri akurat dan dapat dipercaya.	10 11
	5.Recovery	• Karyawan Bank Mandiri dapat menangani komplain nasabah dengan cepat. • Karyawan Bank Mandiri dapat memberikan solusi yang tepat kepada nasabah.	12 13
	6.Reputasi dan Kredibilitas	• Bank Mandiri memiliki reputasi yang baik. • Bank Mandiri memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.	14 15

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel	Dimensi	Indikator	No
Kepuasan Nasabah (X2)	1. Kualitas Produk	• Bank Mandiri memiliki produk tabungan bervariasi. • Bank memberikan layanan 24 jam. • Kemudahan bertransaksi.	16 17 18
	2. Kualitas Pelayanan	• Sikap pegawai Bank Mandiri yang ramah kepada nasabah. • Bank Mandiri memberikan informasi yang akurat. • Kinerja pegawai Bank Mandiri yang profesional.	19 20 21
	3. Emosional	• Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. • Kepuasan dalam menggunakan layanan customer service. • Karyawan Bank Mandiri melakukan lebih daripada apa yang diharapkan nasabah.	22 23 24
	4. Harga	• Setoran awal. • Biaya transaksi via ATM. • Biaya administrasi rendah. • Biaya penutupan.	25 26 27 28
	5. Kemudahan	• Nasabah Bank Mandiri mendapatkan kemudahan dalam pelayanan. • Nasabah Bank Mandiri merasa nyaman dalam bertransaksi.	29 30

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel Loyalitas Nasabah

Variabel	Dimensi	Indikator	No
Loyalitas (Y)	1. Melakukan pembelian berulang secara teratur	• Nasabah akan kembali lagi untuk menggunakan jasa bank Mandiri di masa yang akan datang. • Nasabah secara teratur akan menggunakan jasa-jasa bank Mandiri.	31 32
	2. Membeli antar lini produk dan jasa.	• Nasabah menggunakan beberapa produk/jasa yang ada di Bank Mandiri dalam beraktifitas sehari-hari. • Nasabah selalu mendahulukan pemakaian jasa / produk bank Mandiri sebagai pemenuhan kebutuhan.	33 34
	3. Mereferensikan kepada orang lain	• Nasabah mengajak orang lain untuk menggunakan jasa-jasa Bank Mandiri. • Nasabah selalu membicarakan tentang pelayanan Bank Mandiri yang baik kepada orang lain.	35 36
	4.Menunjukan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.	• Nasabah menunjukan sikap resistensi (penolakan) terhadap tawaran jasa dari bank lain selain bank Mandiri. • Nasabah mengutamakan rekening Bank Mandiri daripada rekening bank lain dalam aktifitas menabung.	37 38

Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*).

Menurut Wibowo (Sri Wahyuni, 2009:48 – 49) dalam SEM terdapat tiga kegiatan yang dapat dilakukan secara serempak, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (setara dengan analisis faktor konfirmatori), pengujian model hubungan antar variabel laten (setara dengan analisis jalur), dan membuat model yang bermanfaat untuk prakiraan (setara dengan model struktural atau analisis regresi).

Confirmatory Factor Analysis

Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menguji indikator-indikator konsep teoritis (*manifest*) yang membentuk variabel laten apakah merupakan indikator yang valid dan reliable sebagai konstruk laten.

Uji Validitas dan Realibilitas

Menurut Igbaria et, al (Sri Wahyuni, 2009:72-73) evaluasi terhadap validitas dari model pengukuran dikatakan baik terhadap kontruk atau variabel laten, jika nilai muatan faktor standarnya ≥ 0,50.

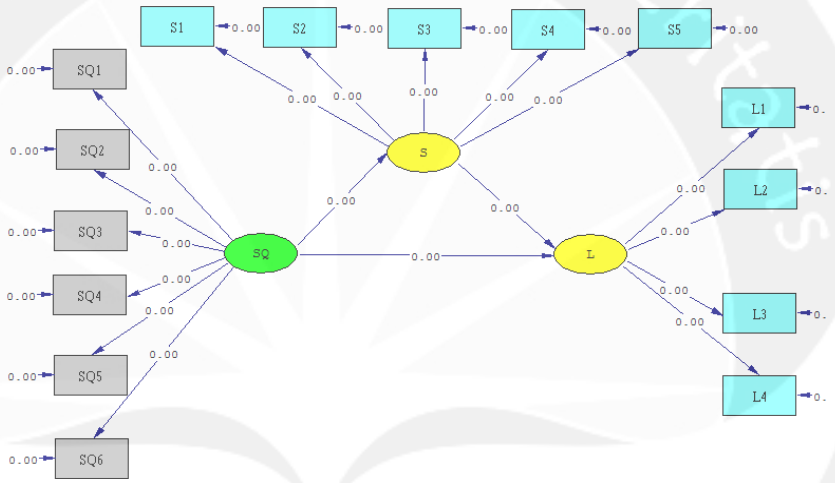
Tingkat validitas dapat dilihat *t–values* dari *loading factors*, variabel yang memiliki *t-value* lebih dari 1,96 adalah variabel yang valid atau signifikan dalam pembentukan variabel laten (Seffy, 2008:94).

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Construct Reliability* (CR) dari nilai–nilai *Standardized Loading Factor* dan *Error Variance.* Adapun perhitungan nilai *Construct Reliability* (CR) adalah sebagai berikut (Seffy, 2008:94 – 95):

$$\text{Construct Reliability (CR)} = \frac{(\sum \text{Standardized Loading})^2}{(\sum \text{Standardized Loading})^2 + \sum \text{Error j}}$$

Model Struktural

Gambar: 3.1 Model Struktural



Dari model tersebut akan dihasilkan persamaan sebagai berikut:

1) Persamaan variabel *manifest* eksogeneus dan endogeneus

a) Profesionalisme dan keterampilan = λ1.Kualitas Pelayanan + δ1

b) Sikap dan perilaku = λ2.Kualitas Pelayanan + δ2

c) Aksesibilitas dan fleksibilitas = λ3.Kualitas Pelayanan + δ3

d) Reliabilitas dan *truthworthiness* = λ4.Kualitas Pelayanan + δ4

e) *Recovery* = λ5.Kualitas Pelayanan + δ5

f) Reputasi dan kredibilitas = λ6.Kualitas Pelayanan + δ6

g) Kualitasproduk = λ7.Kepuasan + δ7

h) Kualitas pelayanan = λ8.Kepuasan + δ8

i) Emosional = λ9.Kepuasan + δ9

j) Harga = λ10.Kepuasan + δ10

k) Kemudahan = λ11.Kepuasan + δ11

l) Pembelian berulang = λ12.Loyalitas + ε12

m) Pembelian antar lini produk = λ13.Loyalitas + ε13

n) Mereferensikan = λ14.Loyalitas + ε14

o) Menunjukan kekebalan = λ15.Loyalitas + ε15

2) Persamaan Struktural

a) Kepuasan = λ1.Kualitas Pelayanan + δ1

b) Loyalitas = λ2.Kualitas Pelayanan + δ2

c) Kepuasan = λ3.Loyalitas + δ3

d) Loyalitas = γ 1.Kualitas pelayanan + γ 2.Kepuasan + ζ

Keterangan:

i. $\delta_1 - \delta_{11}$ adalah galat (*error*) pengukuran variabel *manifest* eksogenous.

ii. $\varepsilon_1 - \varepsilon_4$ adalah galat (*error*) pengukuran variabel *manifest* endogenous.

iii. $\lambda_1 - \lambda_{15}$ adalah faktor *loading* variabel *manifest* terhadap variabel laten.

iv. $\gamma_1 - \gamma_2$ adalah hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen.

v. ζ adalah error dalam persamaan antar variabel eksogeneus dan variabel endogenous.

II. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis SEM

1) Analisis Faktor Konfirmatori

a. Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Latent	Indikator	T-Value	Factor Loading (λ)	Error Variance(δ)
Kualitas Pelayanan	Profesionalisme dan keterampilan (SQ1)	6,21	0,89	1,23
	Sikap dan perilaku (SQ2)	7,73	1,05	0,86
	Aksesibilitas dan fleksibilitas (SQ3)	7,21	1,05	1,09
	Reliabilitas dan truthworthiness (SQ4)	3,83	0,37	0,67
	Recovery (SQ5)	5,45	0,65	0,93
	Reputasi dan kredibilitas (SQ6)	4,35	0,49	0,90

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel manifest yang terdiri dari variabel profesionalisme dan keterampilan, sikap dan perilaku, aksesibilitas dan fleksibilitas, realiabilitas dan *truthworthiness*, variabel *recovery*, serta variabel reputasi dan kredibilitas dinyatakan valid dan signifikan sebagai pengukur variabel kualitas pelayanan karena nilai t-value seluruh variabel manifes signifikan karena > 1,96 dan dinyatakan valid.

Sedangkan untuk pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan, nilai *Construct Reliability* (CR) sebesar 0,78 yang berarti model sangat reliabel (karena 0,78 > 0,70).

b. Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan

Variabel	Indikator	T-Value	Factor Loading (λ)	Error Variance (δ)
Kepuasan	Kualitas Produk (S1)	6,42	1,02	1.39
	Kualitas Pelayanan (S2)	3,94	0,57	1,49
	Emosional (S3)	4,39	0,81	2,32
	Harga (S4)	8,00	1,55	1,39
	Kemudahan (S5)	6,47	0,65	0,55

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel manifest yang terdiri dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan kemudahan dinyatakan valid dan signifikan sebagai pengukur variabel kepuasan karena nilai t-value seluruh variabel manifes signifikan karena > 1,96 dan dinyatakan valid.

Sedangkan untuk pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan, nilai *Construct Reliability* (CR) sebesar 0,74 yang berarti model sangat reliabel (karena 0,74 > 0,70).

c. Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas

Variabel	Indikator	T-Value	Loading Factor (λ)	Error Variance (ε)
Loyalitas	Pembelian berulang (L1)	8,14	0,80	0,39
	Pembelian antar lini produk (L2)	7,22	0,71	0,50
	Mereferensikan (L3)	6,02	0,76	0,98
	Menunjukan kekebalan (L4)	6,35	0,75	0,82

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel manifest yang terdiri dari variabel pembelian berulang, pembelian antar lini produk, mereferensikan dan menunjukan kekebalan dinyatakan valid dan signifikan sebagai pengukur variabel loyalitas karena nilai t-value seluruh variabel manifes signifikan karena > 1,96 dan dinyatakan valid.

Sedangkan untuk pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas

pelayanan, nilai *Construct Reliability* (CR) sebesar 0,77 yang berarti model sangat reliabel (karena 0,77 > 0,70).

2) Analisis Persamaan Variabel manifest Eksogeneus dan Endogeneus

a. Analisis Persamaan Variabel manifest Eksogeneus

Tabel 4.8
Persamaan Variabel Eksogen

Variabel Latent	Indikator	λ	(1 – δ)
Kualitas Pelayanan (X1)	Profesionalisme dan keterampilan	0,89	1,23
	Sikap dan Perilaku	1,05	0,86
	Aksesibilitas dan Fleksibilitas	1,05	1,09
	Reliabilitas dan Truthworthiness	0,37	0,67
	Recovery	0,65	0,93
	Reputasi dan kredibilitas	0,49	0,90
Kepuasan (X2)	Kualitas Produk	1,02	1,39
	Kualitas Pelayanan	0,57	1,49
	Emosional	0,81	2,32
	Harga	1,55	1,39
	Kemudahan	0,65	0,55

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Hubungan antara variabel manifest profesionalisme dan keterampilan, sikap dan perilaku, aksesibilitas dan fleksibilitas, reliabilitas dan *truthworthiness, recovery*,serta variabel reputasi dan kredibilitas dengan variabel latent kualitas pelayanan dapat dinyatakan dengan kuat.

Dari ke enam variabel manifest tersebut, variabel sikap dan perilaku serta variabel aksesibilitas dan fleksibilitas adalah variabel manifest yang paling kuat hubungannya. Sedangkan variabel yang paling rendah hubungannya adalah variabel manifest reliabilitas dan *truthworthiness*. Artinya sikap dan perilaku karyawan bank yang baik memiliki peran besar terhadap penilaian kualitas pelayanan bank yang baik, serta aksesibilitas dan fleksibilitas fasilitas bank mampu memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan bank.

Profesionalisme dan keterampilan karyawan serta kemampuan *recovery* karyawan yang cepat juga berhasil mendorong nasabah agar terus menggunakan pelayanan bank. Namun reliabilitas dan *truthworthiness* bank mandiri dan karyawannya juga menentukan kualitas pelayanan yang baik.

Hubungan antara variabel manifest kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan kemudahan dengan variabel latent kepuasan dapat dinyatakan dengan kuat.

Dari kelima variabel manifest yang paling kuat hubungannya dengan kepuasan adalah harga. Sedangkan, yang paling rendah hubungannya adalah variabel kualitas pelayanan. Artinya biaya setoran awal, biaya administrasi, biaya transaksi dan biaya lainnya yang menjadikan nasabah puas terhadap pelayanan bank. Ini juga menunjukan kualitas produk dan pelayanan bank memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi serta memenuhi bahkan melampaui harapan nasabah atas kinerja bank yang memunculkan emosi puas terhadap pelayanan bank.

b. Analisis Persamaan Variabel Manifest Endogeneus

Tabel 4.8
Persamaan Variabel Eksogen

Variabel	**Indikator**		**(1 – ε)**
Loyalitas (Y)	Pembelian Berulang	,80	,39
	Pembelian antar Lini Produk	,71	,50
	Mereferensikan	,76	,98
	Menunjukan kekebalan	,75	,82

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Hubungan antara variabel manifest pembelian berulang, pembelian antar lini produk, mereferensikan, dan menunjukan kekebalan terhadap bujukan pesaing terhadap variabel laten loyalitas menunjukan hubungan yang kuat. Variabel yang paling kuat hubungannya adalah variabel pembelian berulang, sedangkan variabel yang paling rendah adalah variabel menunjukan penolakan terhadap ajakan pesaing.

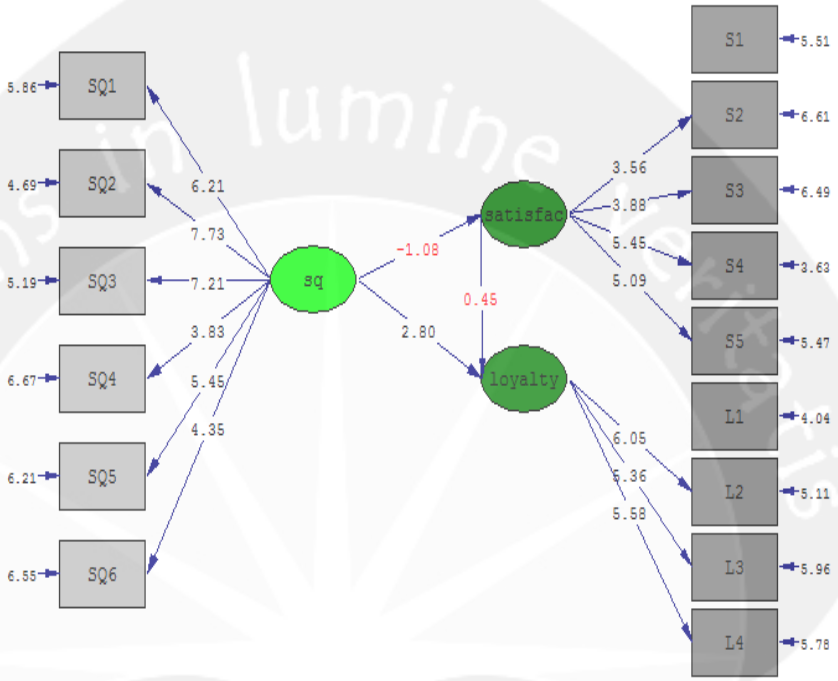
Artinya kebanyakan nasabah bank mandiri menunjukan sikap loyalitasnya dengan melakukan pembelian berulang atau dengan kata lain nasabah bank mandiri akan menggunakan lagi pelayanan atau jasa-jasa bank mandiri serta menggunakannya secara teratur.

Nasabah bank mandiri juga akan mereferensikan bank mandiri kepada orang lain untuk menggunakan jasa atau pelayanan bank mandiri. Selain itu nasabah juga akan menunjukan sikap loyalitasnya dengan cara menolak ajakan untuk menggunakan pelayanan bank selain jasa atau pelayanan bank mandiri, serta nasabah akan menggunakan dan

mengutamakan pelayanan bank mandiri dalam aktifitas sehari-hari.

3) Analisis Persamaan Struktural

Gambar 4.2
Path Diagram (t-value)



Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Signifikansi antar variabel dapat dilihat berdasarkan t-value dari standardized loading factor. Variabel yang memiliki t-value lebih dari 1,96 adalah variabel yang signifikan sebagai variabel pembentuk.

Dari hasil output pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa:

a. Kepuasan = -1,08 kualitas Pelayanan + ζ

b. Loyalitas = 2,80 Kualitas Pelayanan + ζ

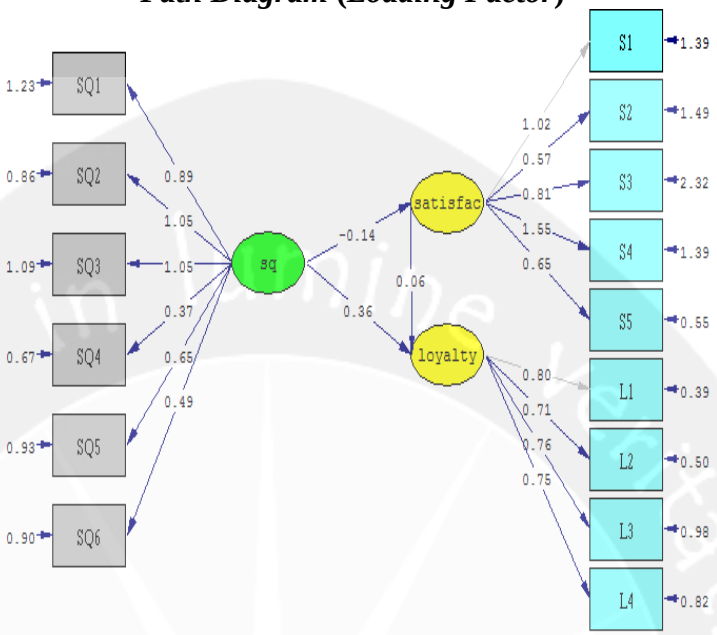
c. Kepuasan = 0,45 Loyalitas + ζ

d. Loyalitas = - 1,08 Kualitas Pelayanan X 0,45 Kepuasan + ζ

= - 0,486 + ζ

Sedangkan Berdasarkan output *structural equation modeling* dengan hasil *loading factor* menunjukan model persamaan struktural pada gambar 4.3 sebagai berikut:

Gambar 4.3
***Path Diagram* (*Loading Factor*)**



Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Berdasarkan *standardized solution* dari *loading factor* pada gambar 4.4, dapat dilihat bahwa:

a. Kepuasan = - 0,14 Kualitas Pelayanan + ζ

b. Loyalitas = 0,36 Kualitas Pelayanan + ζ

c. Kepuasan = 0,06 Loyalitas + ζ

d. Loyalitas = - 0,14 Kualitas Pelayanan X 0,06 Kepuasan + ζ

= -0,0084 + ζ

Dari persamaan – persamaan diatas dapat diketahui hasil akhir hipotesa penelitian, sebagai berikut:

Tabel 4.10
Nilai *Loading Factor* dan *T – Value*

Hubungan	Loading factor (λ)	T – value	Keterangan	Hipotesa
Kualitas pelayanan → Kepuasan	-0,14	-1,08	Tidak ada pengaruh dan tidak signifikan	H1 Ditolak
Kualitas Pelayanan → Loyalitas	0,36	2,80	Ada pengaruh dan signifikan	H2 Diterima
Kepuasan → Loyalitas	0,06	0,45	Ada pengaruh tetapi tidak signifikan	H3 Ditolak
Kualitas Pelayanan → Kepuasan → Loyalitas	-0,0084	-0,486	Tidak ada pengaruh dan tidak signifikan	H4 Ditolak

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan bank tidak berpengaruh pada terciptanya kepuasan nasabah, namun kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap terciptanya loyalitas nasabah.

Sedangkan variabel kepuasan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah tetapi hasil dari nilai t-value menunjukan tidak menunjukan signifikan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan melalui kepuasan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah, tetapi kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh bank mandiri, baik pada profesionalisme dan keterampilan, sikap dan perilaku, aksesibilitas dan fleksibilitas, reliabilitas dan truthworthiness, recovery, serta reputasi dan kredibilitas mampu membuat nasabah menjadi loyal dan menunjukannya dengan cara menggunakan pelayanan bank mandiri secara terus – menerus dan teratur, mereferensikan pelayanan bank mandiri dengan rekomendasi yang positif, menunjukan kekebalan atau penolakan akan ajakan pesaing bank mandiri dan menggunakan semua jasa dan pelayanan yang ada di bank mandiri.

Namun, kualitas pelayanan tidak menyebabkan nasabah menjadi puas yang dikarenakan faktor – faktor lain yang harus diperhatikan oleh bank mandiri selain faktor kualitas pelayanan, seperti kualitas produk, tingkat emosional atau harapan nasabah atas kinerja bank mandiri, biaya-biaya (seperti biaya setoran awal, transfer, biaya administrasi per bulan, dan biaya lainnya) dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi di bank mandiri dan penggunaan fasilitas – fasilitas yang tersedia di bank mandiri menjadi faktor penting lainnya yang menciptakan kepuasan nasabah.

Begitu juga dengan sikap nasabah yang puas akan menyebabkan nasabah tersebut akan loyal, namun hasil menunjukan tidak signifikan yang berarti bahwa kepuasan nasabah hanya berpengaruh sedikit untuk menciptakan nasabah tersebut menjadi loyal.

4) Analisis Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Tabel 4.11
Uji Kecocokan Seluruh Model

Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
Chi-Square P	Nilai yang kecil P > 0,50	X2 = 144,07 (p = 0,00012)	Kurang Baik
NCP Interval	Nilai yang kecil Interval yang sempit	47,33 19,89 – 82,72	Kurang Baik
RMSEA P (Close Fit)	RMSEA ≤ 0,08 P ≥ 0,50	RMSEA = 0,074	(Baik = good fit)
ECVI	Nilai yang kecil & dekat dengan ECVI Saturated	ECVI = 2,02 Saturated = 2,42 Independence =5,19	(Baik = good fit)
AIC	Nilai yang kecil & dekat dengan AIC Saturated	AIC = 200,33 Saturated = 240,00 Independence=513,33	(Baik = good fit)
CAIC	Nilai yang kecil & dekat dengan CAIC Saturated	CAIC = 319,30 Saturated = 672,62 Independence=567,41	(Baik = good fit)
NFI	NFI ≥ 0,90	0,70	Kurang Baik
NNFI	NNFI ≥ 0,90	0,82	Kurang Baik
CFI	CFI ≥ 0,90	0,85	Kurang Baik
IFI	IFI ≥ 0,90	0,86	Kurang Baik
RFI	RFI ≥ 0,90	0,64	Kurang Baik
CN	CN ≥ 200	83,87	Kurang Baik
RMR	Standardized RMR ≤ 0,50	0,082	(Baik = good fit)
GFI	GFI ≥ 0,90	0,85	Kurang Baik
AGFI	AGFI ≥ 0,90	0,79	Kurang Baik

Sumber: output *Structural Equation Modeling*

Secara keseluruhan model dalam penelitian ini adalah model yang kurang fit, karena ukuran model fit tersebut hanya ditunjukan oleh lima ukuran statistik yaitu RMSEA, ECVI, AIC, CAIC dan RMR. Sedangkan untuk ukuran – ukuran statistik yang lain adalah kurang fit sebanyak 10 ukuran statistik.

5) Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian yang dilakukan Ali Syafiq dan Haryono (2010:7) mengemukakan bahwa: (1) kualitas pelanggan tidak mempengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan, (2) kualitas pelanggan mempengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan, (3) kepuasan pelanggan mempengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan, (4) variabel kepercayaan mempengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan, dan (5) kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan kepercayaan pelanggan. Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tetapi mempunyai pengaruh secara tidak langsung melalui faktor kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Penelitian *Chadha* dan *Deepa Kapoor* (2009), mengemukakan

bahwa (1) semakin tinggi biaya beralih, semakin tinggi loyalitas pelanggan. (2) semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi loyalitas pelanggan. (3) semakin tinggi kepuasan pelanggan, semakin tinggi loyalitas pelanggan. Meskipun dalam penelitian ini menunjukan adanya pengaruh kepuasan pelanggan secara signifikan terhadap loyalitas, namun dalam penelitian ini tidak membahas pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Perbandingan hasil dua penelitian sebelumnya dengan hasil penelitian ini dapat di lihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Penelitian	Kualitas Pelayanan → Kepuasan	Kualitas Pelayanan → Loyalitas	Kepuasan → Loyalitas	Kualitas Pelayanan → Kepuasan → Loyalitas
Haryono Ali Syafiq	Signifikan	Tidak Signifikan	Signifikan	Signifikan
Chadha & Deepa Kapoor	-	Signifikan	Signifikan	-
Ridwan Amin	Tidak Signifikan	Signifikan	Tidak Signifikan	Tidak Signifikan

Sumber: Jurnal dan Data Output

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian *Chadha & Deepa kapoor* yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehubungan dengan pernyataan tersebut maka penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Haryono Ali Syafiq yang mengatakan bahwa bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tetapi mempunyai pengaruh secara tidak langsung melalui faktor kepuasan.

III. KESIMPULAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Kualitas pelayanan yang telah dilakukan bank mandiri, baik pada profesionalisme dan keterampilan, sikap dan perilaku, aksesibilitas dan fleksibilitas, reliabilitas dan truthworthiness, recovery, serta reputasi dan kredibilitas mampu membuat nasabah menjadi loyal dan menunjukannya dengan cara menggunakan pelayanan bank mandiri secara terus – menerus dan teratur, mereferensikan pelayanan bank mandiri dengan rekomendasi yang positif, menunjukan kekebalan atau penolakan akan ajakan pesaing bank mandiri dan menggunakan

semua jasa dan pelayanan yang ada di bank mandiri.

Namun, kualitas pelayanan tidak menyebabkan nasabah menjadi puas, bank mandiri perlu memperhatijan faktor – faktor lain selain faktor kualitas pelayanan, seperti kualitas produk, tingkat emosional atau harapan nasabah atas kinerja bank mandiri, biaya-biaya (seperti biaya setoran awal, transfer, biaya administrasi per bulan, dan biaya lainnya) dan memberikan kemudahan nasabah dalam bertransaksi serta kemudahan dalam penggunaan fasilitas – fasilitas yang tersedia akan menciptakan kepuasan nasabah.

Sikap nasabah yang puas akan menyebabkan nasabah tersebut menjadi loyal, tapi hasil penelitian menunjukan tidak signifikan artinya kepuasan nasabah hanya berpengaruh sedikit untuk menciptakan nasabah tersebut menjadi loyal. Disimpulkan bahwa secara garis besar kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah, yang mendukung penelitian terdahulu yang telah dikemukakan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu keterbatasan waktu dan biaya guna meyempurnakan penelitian yang menggunakan teknik analisis *structural equation modeling*. Dimana hasil penelitian menunjukkan tidak fit, karena kurangnya faktor-faktor pendukung setiap variabel dalam penelitian yang tidak dimasukan dalam indikator penelitian sehingga terdapat hasil penelitian yang tidak sesuai dengan teoritis ilmiah yang ada.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka diajukan beberapa saran, antara lain:

1. Berhubungan dengan kualitas pelayanan, bank mandiri perlu meningkatkan kepercayaan nasabah atas jasa dan produk bank mandiri, sikap dan perilaku karyawan serta aksesibilitas dan fleksibilitas fasilitas juga menjadi hal penting dalam penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan bank. Selain itu perlu meningkatkan Profesionalisme dan keterampilan karyawan serta kemampuan *recovery* karyawan.

2. Berhubungan dengan Kepuasan nasabah, bank mandiri perlu menyesuaikan kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan nasabah akan kinerja bank. Misalnya pemberian informasi tentang kegiatan perbankan dan informasi produk atau jasa bank mandiri harus sampai kepada nasabah dengan benar dan akurat, sikap profesionalisme karyawan bank mandiri juga menentukan kualitas pelayanan bank mandiri.

3. Berhubungan dengan loyalitas nasabah, bahwa nasabah belum sepenuhnya melakukan pembelian antar lini produk bank mandiri, sehingga perlu dilakukan promosi yang merata terhadap semua antar lini produk bank mandiri sehingga informasi semua produk bank mandiri

dapat diakses dan diterima oleh nasabah dan juga perlu meyakinkan nasabah agar terus dan teratur menggunakan pelayanan atau jasa bank mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

Chadha, S. K dan *Kapoor, Deepa*.2009."*The ICFAI Journal of Marketing Management. Hyderabad: Effect of Switching Cost, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Cellular Service Providers in Indian Market*".http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1948710931&sid=3&Fmt=3&clientId=60288&RQT=309&VName=PQD.diakses 11 Februari 2010).

Esti, dkk.2010.**Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi – Program Studi S1 dan DIII Akuntansi, Manajemen dan Informatika**.Jakarta:Institut Keuangan Perbankan dan Informatika Asia Perbanas.

Ghozali, Imam dan Fuad.2005.**Structural Equation Modeling – Teori, Konsep & Aplikasi Dengan Program LISREL 8.54**.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, Jill.2003.***Customer Loyalty* - Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetian Pelanggan**.Edisi Revisi dan Terbaru.Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kasmir.2008.**Pemasaran Bank**.Edisi Revisi.Jakarta: Prenada Media Group.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.2001.**Prinsip-Prinsip Pemasaran**.Edisi Kedelapan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.2008.**Prinsip-Prinsip Pemasaran**.edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip.2005.**Manajemen Pemasaran**.Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks.

Kuncoro, Mudrajad.2003.**Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**.Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lovelock, Christopher H dan Wright, Lauren K.2005.**Manajemen Pemasaran Jasa.**Jakarta: Indeks.

Marketing, Inspiring The Leadership.Edisi Khusus /I/2007. Jakarta: PT Info Cahaya Hero.

Syafiq, Ali dan Haryono.2010. Master Thesis, Magister Management, RTMT 658.812.*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomspeedy dengan Metode Structural Equation Modeling*.(http://digilib.its.ac.id/ITS-Master-3100010039332/10638, diakses 19 Januari 2011).

Seffy, Virnanda Tiara. (virnanda.seffy@yahoo.com).

(10 Januari 2011). *TA Seffy*. E-mail Kepada Ridwan Amin (walking_12vampire@yahoo.com).

Sugiyono.2002.**Metode Penelitian Bisnis**.Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy.2001.**Strategi Pemasaran**.Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy.2003.**Prinsip-Prinsip Total Quality Service**. Yogyakarta: ANDI.

Umar, Husein.2001.**Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wahyuni, Winarti, dan Esti.2009.*Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Iklan, Citra Merk / Brand Image, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Di Jakarta*.Jakarta: Dinas Pendidikan Nasional.

http://www.bankmandiri.co.id/eriviewpdf/GAYP34399640_Materi_Public_Expose_3_Nop_2005.pdf.

THE INFLUENCE OF RETAILING MIX PERFORMANCE TO CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER SATISFACTION AT CBR'S HEALTH RETAILING STORE BANDUNG

Sonata Christian
Email : sonata.christian@ciputra.ac.id
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Ciputra

ABSTRACT

The higher the intensity of competition may affect the existence of the company in its efforts to achieve a desired goal, which is to deliver value to the market with a profit. Customer value is a key factor believed to be able to be a measuring tool in creating sustainable competitive advantage. This research target is to analyze the influence of retailing mix performance which are base on product and merchandising, price, place, physical evidence, personnel, service and promotion to customer value at CBR's Health Retailing Store Bandung. In addition, this research will also help management determine the variables that significantly affect customer value. The analysis method used is descriptive analysis and verification analysis. Descriptive analysis using Cartesian Diagram interval score technique while the verification analysis using path analysis (two equation path model) as a statistical partial t-test for each variable and the F-test to test the overall variables simultaneously with the computer program SPSS version 12.
According to descriptive analysis result for analyze customer value, the possibility of customer exist to became client (repetitive customer) is only 22%. This is likely caused by their performance of retailing mix now is still not meeting the customer's need. Verificatif analysis utilized by path analysis show that only product and merchandising variable and services variable had significant influence to customer value. Verificatif analysis utilized by SPSS Program version 12 proved that retailing mix performance influence to customer value for 62,7 % (equal with coefficient determination 0,627). Other variable outside of the research influence 37,3% to customer value.

***Keywords** : Retailing Mix, Customer Value, Product and Merchandising, Price, Place, Physical Evidence, Personnel, Service, and Promotion*

ABSTRAK

Intensitas persaingan yang semakin tinggi dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan dalam usahanya untuk mencapai tujuan yang diinginkannya, yaitu mengantarkan nilai kepada pasar dengan memperoleh keuntungan. Nilai pelanggan *(customer value)* merupakan salah satu faktor yang diyakini akan dapat menjadi alat ukur dalam menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja bauran penjualan eceran *(Retailing Mix)* yang bertumpu pada produk dan kelengkapan barang *(product and merchandising)*, harga *(price)*, lokasi *(place)*, tata letak *(physical evidence)*, staff pegawai *(personnel)*, pelayanan *(service)* dan promosi *(promotion)* terhadap nilai pelanggan *(customer value)* pada Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung. Penelitian ini juga akan membantu pihak manajemen menentukan variabel-variabel yang sangat signifikan mempengaruhi nilai pelanggan. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif menggunakan teknik analisis interval skor Diagram Kartesius sedangkan analisis verifikatif menggunakan analisis jalur *(two equation path model)* sebagai statistic uji-t untuk setiap variabel dan uji-F untuk menguji keseluruhan variabel secara simultan dibantu program SPSS versi 12. Dalam menganalisa nilai pelanggan, analisis deskriptif menunjukkan kemungkinan seorang konsumen menjadi pelanggan hanya 22%. Hal ini disebabkan oleh karena kinerja atas bauran penjualan eceran saat ini masih belum dapat sepenuhnya memenuhi kebutuhan konsumen. Uji hipotesis verifikatif menunjukkan bahwa hanya variabel produk dan variabel pelayanan yang signifikan mempengaruhi nilai pelanggan, sedangkan variabel lainnya tidak signifikan secara parsial terhadap nilai pelanggan. Berdasarkan hasil output program SPSS kita peroleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 artinya 62,7% variabel nilai pelanggan dipengaruhi oleh kinerja seluruh faktor bauran penjualan eceran sedangkan 37,3 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Nilai Pelanggan, Bauran Penjualan Eceran, Produk dan kelengkapan barang, Harga, Lokasi, Tata letak,Staff pegawai, Pelayanan, dan promosi.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis retail alat kesehatan di daerah Jawa Barat saat ini semakin marak. Pangsa pasar alat kesehatan di daerah Jawa Barat sangat besar dan menjanjikan dengan semakin banyaknya rumah sakit dan klinik serta laboratorium yang didirikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Departemen Kesehatan RI, terdapat sekitar 108 layanan umum rumah sakit belum termasuk klinik rawat jalan yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Barat. Demikian pula jumlah dokter, perawat dan kalangan medis lainnya yang terus bertambah yang tentu saja berkaitan erat dengan penggunaan peralatan kesehatan dalam kesehariannya. Selain itu tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan kemajuan teknologi yang mempermudah penggunaan alat-alat kesehatan menumbuhkan pangsa pasar baru lainnya yaitu kaum awam.

Hal inilah yang mendorong PT. Central Bandung Raya (PT.CBR) yang beralamat di Jl. Kom.Ud. Supadio No.31 Bandung untuk membuka outlet / toko swalayan untuk memenuhi kebutuhan akan alat kesehatan dikalangan masyarakat kota Bandung dan sekitarnya.

Peluang yang ada tersebut tentu saja membuat banyak pihak diluar PT. CBR baik secara badan usaha skala besar maupun kecil serta perseorangan yang juga ingin terjun dalam pembukaan toko alat kesehatan (sering disingkat Toko Alkes).

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan dan tetap eksis dalam bisnis pemasaran alat kesehatan adalah dengan meningkatkan keunggulan dan selalu berusaha memberikan nilai (*value)* yang tinggi bagi konsumen. Hal ini akan mempengaruhi keputusan konsumen atau calon pelanggan dalam menentukan untuk memilih, membeli dan loyal terhadap salah satu toko alat kesehatan.

Dalam perjalanan usaha selanjutnya, pihak perusahaan menyadari bahwa kumpulan nilai yang dirasakan/diterima oleh pelanggan *(customer perceived value)* merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai pelanggan *(customer value)* merupakan salah satu faktor yang diyakini akan dapat menjadi alat ukur dalam menciptakan *superior customer value.*

Saat ini PT. CBR dan seluruh toko ritelnya menjalankan strategi pemasarannya dengan menerapkan Bauran Penjualan Eceran *(Retailing Mix)* yang bertumpu pada produk dan kelengkapan barang *(product and merchandising)*, harga *(price)*, lokasi *(place)*, tata letak *(physical evidence)*, staff pegawai *(personnel)*, pelayanan *(service)* dan promosi *(promotion)*.

Manajemen perusahaan menyadari bahwa seluruh aspek bauran penjualan eceran tersebut akan sangat mempengaruhi nilai pelanggan yang diterima oleh konsumen. Tetapi untuk menjalankan ke-7 hal tersebut sekaligus secara bersamaan akan membutuhkan biaya yang sangat besar

dan proses perbaikan yang memakan waktu yang sangat panjang dan tidak pernah berakhir *(long life continual improvements)*. Suatu studi yang mendalam dan kuesioner yang tepat sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk menghindari kesalahan dalam mengalokasikan modal dan konsentrasi pada hal yang kurang tepat.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kinerja bauran penjualan eceran pada Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja bauran penjualan eceran terhadap nilai pelanggan pada Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung.
3. Untuk mengetahui faktor bauran penjualan eceran mana yang

4. dominan peranannya dalam meningkatkan nilai pelanggan.

Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kinerja bauran penjualan eceran terhadap nilai pelanggan pada Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi PT. Central Bandung Raya dalam mengembangkan dan menyempurnakan pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan nilai pelanggan.
3. Menambah referensi bagi para peneliti untuk penelitian selanjutnya.

Kajian Pustaka

Penjualan Eceran *(Retailing)*

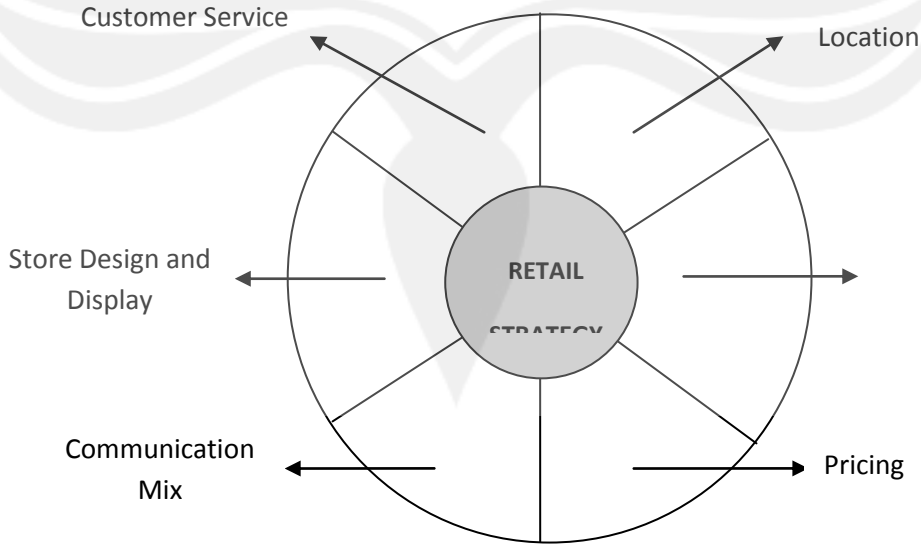
Cakupan dari penjualan eceran *(retailing)* bukan hanya sebatas menjual barang/produk secara eceran. Levy and Weitz (2007:7) menjelaskan sebagai berikut : ***Retailing*** *is the set of business activities that adds value to the products and services sold to cutomers for their personal or family use.*

Dari pernyataan yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan penjualan eceran adalah suatu proses distribusi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir.

Bauran Penjualan Eceran *(Retailing Mix)*

Menurut Levy and Weitz (2007:21) menyatakan :*" The retail mix is the decisión variables retailers use to satisfy customer needs and influence their purchase decisión". Elements in the retail mix include the types of merchandise and service offered, merchandising pricing, advertising and promotional programs, store design, merchandise display, assistance to customers provided by salespeople, and convenience of the store's location.*

Lebih jelasnya *retail mix* digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 : Elements in the retail mix
Sumber : Levy and Weitz, *Retailing Management*, (McGraw-Hill, 2008), 21

Dalam penentuan elemen bauran penjualan eceran yang akan diterapkan oleh perusahaan bisa saja berbeda satu sama lain tergantung dari strategi pemasaran dan target yang ingin dicapai perusahaan tersebut, hal ini di dukung oleh penjelasan yang disampaikan oleh Davidson et.al (1998:30) berikut : *Elements of the retail mix are somewhat interchangeable with one another, although no element can wisely be fully ignored. For example, consumer may be willing to forgot certain services (credit, delivery) if prices are accordingly low. On the other hand, assortments must always be appropriate for the target market…Basically, no single retail mix is right for all retailers. Unique combinations of retail mix variables help define specific market strategies.*

Berdasarkan data hasil penelitian di lapangan dan pertimbangan pihak manajemen, variabel bauran penjualan eceran yang dapat dikelola oleh perusahaan (PT.CBR) dan dapat dijadikan basis untuk strategi keunggulan bersaing adalah tujuh komponen berikut ini : produk dan kelengkapan barang *(product and merchandising)*, harga *(price)*, lokasi *(place)*, tata letak *(physical evidence)*, staff pegawai *(personnel)*, pelayanan *(service)* dan promosi *(promotion)*.

Nilai Pelanggan (*Customer Value*)

Salah satu tantangan terbesar perusahaan-perusahaan di abad 21 ini adalah bagaimana memenangkan persaingan dan menciptakan *superior customer value* untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Cravens and Piercy (2008:15) menjelaskan pentingnya nilai pelanggan terhadap kepuasan sebagai berikut: "*customer form value expectations and decide to purchase goods and services based on their perceptions of products'benefits less the total cost incurred. Customer satisfaction indicates how well the product use experience compares to the buyer's value expectation. Superior customer value results from a very favorable use experience compared to expectations and the value offerings of competitors."*

Menurut Cravens and Piercy (2008:10) *"Customer value is the outcome of a process that begins with a business strategy anchored in a deep undertstanding of customer needs"*

Sedangkan menurut Kotler and Keller (2008:133) *"Total customer value is the perceived monetary value of the bundle of economic, functional, and psychological benefits customer expects from a given market offering. Total customer cost is the bundle of cost suctomers expect to incur in evaluating, obtaining, using, and disposing of the given market offering, includingmonetary, time, energy, and psychic cost. Customer perceived value is the difference between the prospective customer's evaluation of all the benefits and all the costs of an offering and the perceived alternatives."*

Nilai yang dirasakan pelanggan *(customer perceived value)* adalah selisih /rasio antara jumlah total nilai bagi pelanggan *(total customer*

value) dan biaya total *(total customer cost)*.

Pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran *(Retailing Mix)* Terhadap Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan diyakini sangat berpengaruh terhadap kemajuan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Konsumen yang kebutuhan dan ekspektasinya terpenuhi cenderung akan lebih loyal untuk melakukan pembelian ditempat tertentu dibandingkan dengan tempat lainnya. *The key to generating high customer loyalty is to deliver high customer value*. (Kotler and Keller, 2008:135)

Levy and Weitz (2008:21) menyatakan :*" The retail mix is the decisión variables retailers use to satisfy customer needs and influence their purchase decisión"*.

Kinerja Bauran Penjualan Eceran *(Retailing Mix)* yang bertumpu pada produk dan kelengkapan barang *(product and merchandising)*, harga *(price)*, lokasi *(place)*, tata letak *(physical evidence)*, staff pegawai *(personnel)*, pelayanan *(service)* dan promosi *(promotion)* akan membantu perusahaan dalam usaha meningkatkan nilai pelanggan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif, dimana diuraikan mengenai kinerja bauran penjualan eceran *(retailing mix)* yang dilaksanakan oleh Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung dan kemudian dianalisa keefektifannya dalam rangka mempengaruhi nilai pelanggan.

Objek penelitian yang dibahas adalah kinerja bauran penjualan eceran pada Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung sebagai variabel independen dan nilai pelanggan sebagai variabel dependen.

Konsumen yang menjadi responden adalah konsumen yang melakukan pembelian di seluruh Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung. Proses penelitian dan pengamatan memakan waktu 5 bulan dari Desember 2008 sampai dengan April 2009.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini berlokasi di Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung yang beralamat di:

1. Jl. Sunda No.59 Bandung 40112 telp/fax. (022)4204606
2. Jl. Pasir Kaliki No.205C Bandung 40162 telp/fax. (022)2037627
3. Jl. Buah Batu No.151C Bandung 40264 telp/fax. (022)7320936

yang bergerak dibidang *retailing* alat-alat kesehatan.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *systematic sampling*, dimana semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel (calon responden) dan calon responden tersebar merata diseluruh populasi.

Mengacu pada rumus iteratif untuk menentukan ukuran sampel minimal oleh Singarimbun dan Effendi (1991:160) didapatkan hasil sebagai berikut:

ITERASI PERTAMA :

$$\text{dimana } U'p = \tfrac{1}{2} \text{Ln} \frac{(1+0{,}318)}{(1-0{,}318)} + 0{,}318 = 0{,}329421$$

$$n_1 = \frac{(1{,}645 + 1{,}645)^2}{(0{,}329421)^2} + 3 = 102{,}74485 \approx 103$$

ITERASI KEDUA :

$$\text{dimana } U'p = \tfrac{1}{2} \text{Ln} \frac{(1+0{,}318)}{(1-0{,}318)} + \frac{0{,}318}{2\,(102{,}74485-1)} = 0{,}330983$$

$$n_1 = \frac{(1{,}645 + 1{,}645)^2}{(0{,}330983)^2} + 3 = 101{,}8052 \approx 102$$

ITERASI KETIGA :

$$\text{dimana } U'p = \tfrac{1}{2} \text{Ln} \frac{(1+0{,}318)}{(1-0{,}318)} + \frac{0{,}318}{2\,(101{,}8052-1)} = 0{,}329828$$

$$n_1 = \frac{(1{,}645 + 1{,}645)^2}{(0{,}329828)^2} + 3 = 102{,}4984 \approx 102$$

ITERASI KEEMPAT :

$$\text{dimana } U'p = \tfrac{1}{2} \text{Ln} \frac{(1+0{,}318)}{(1-0{,}318)} + \frac{0{,}318}{2\,(102{,}4984-1)} = 0{,}329825$$

$$n_1 = \frac{(1{,}645 + 1{,}645)^2}{(0{,}329825)^2} + 3 = 102{,}5003609 \approx 102$$

Ternyata berdasarkan perhitungan didapatkan ukuran sampel minimal sebesar 102. Agar lebih mewakili populasi (representatif) ukuran sampel diambil lebih besar dari ukuran minimal (102) yaitu sebesar 110 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner; penulis membuat dan menyebarkan kuesioner sederhana dengan metode close ended questions yang ditujukan kepada para konsumen Toko Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung
2. Wawancara; dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan data yang diperlukan, yaitu pihak manajemen PT.CBR
3. Observasi; yaitu dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan perusahaan.

J. Supranto (2009:48), Indeks statistik dapat mencerminkan mutu pengukuran kuesioner. Dua isu pengukuran penting yang perlu dipertimbangkan adalah validitas dan reliabilitas *(validity and reliability).*

Uji Validitas

Tipe validitas yang digunakan dalam menguji alat ukur penelitian adalah validitas konstruk (*construct validity*). Validitas konstruk menentukan validitas alat ukur dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menggunakan korelasi *rank Spearman* dengan rumus :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

di = Selisih rank X_i dengan rank Y_i
r_s = koefisien korelasi rank Spearman
n = Jumlah responden (banyaknya pasangan data observasi)

Apabila di dalam data-data yang diperoleh dari penelitian terdapat nilai
yang sama dalam jumlah yang cukup banyak, baik variabel X maupun Y, maka rumus yang digunakan adalah rumus yang telah termodifikasi sebagai berikut:

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum X^2 \sum Y^2}}$$

dimana

$$\sum X^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_X$$

$$\sum Y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_Y$$

dengan

t = banyaknya observasi yang berangka
sama pada suatu skor tertentu

T = Faktor koreksi

$R(X_i)$ = rank pada X umtuk data responden
yang ke-i

$R(Y_i)$ = rank pada Y untuk data responden
yang ke-i

d_i = R(Xi)-R(Yi)

$$\sum T_x = \sum \frac{t_x^3 - t_x}{12}$$

$$\sum T_y = \sum \frac{t_y^3 - t_y}{12}$$

Dalam penelitian ini butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki korelasi ($r_{hitung)}$)tidak kurang dari 0,30 (Azwar, 2009), sebaliknya jika r_{hitung} < 0.30 maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Uji ini dilakukan dengan menggunakan teknik

belah dua dari *Spearman Brown (Split-hall)* formula *Spearman Brown*, sebagai berikut :

$$r_{tot} = \frac{2(r^{tt})}{1 + r_{tt}}$$

Dimana :

r_{tot} = Angka reliabilitas keseluruhan ítem

r_{tt} = Koefisien korelasi belahan pertama dan belahan kedua

Koefisien reliabilitas dihitung mengunakan metoda Spearman-Brown (teknik Belah Dua) dengan ketentuan yang dikemukakan oleh Kaplan and Saccuzo (2008:126) bahwa nilai reliabilitas yang dapat diterima minimal 0,70.

Untuk menguji validitas dan reabilitas kuesioner yang akan dipergunakan sebagai instrumen penelitian, maka dilakukan pre-test kuisioner terhadap responden yang berjumlah 30 orang. Pengolahan validitas alat ukur dilakukan dengan bantuan komputer program **SPSS versi 12.0**

Setelah dilakukan pengolahan data pre-test maka didapatkan nilai korelasi skor item dengan total skor: 0,744. Dengan menggunakan nilai kritis 0,3 seperti dikemukakan oleh Azwar (2009:158) maka dapat disimpulkan item pernyataan yang digunakan valid.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap kuesioner yang dipergunakan diperoleh hasil : 0,847. Mengacu pada Kaplan and Saccuzzo

(2008 : 126) dapat dikatakan reliabel, dimana nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 menunjukan bahwa semua item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen dalam mengukur variabel yang akan ditetapkan dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan kuesioner atas jawaban responden ditunjukkan dalam tabel berikut:

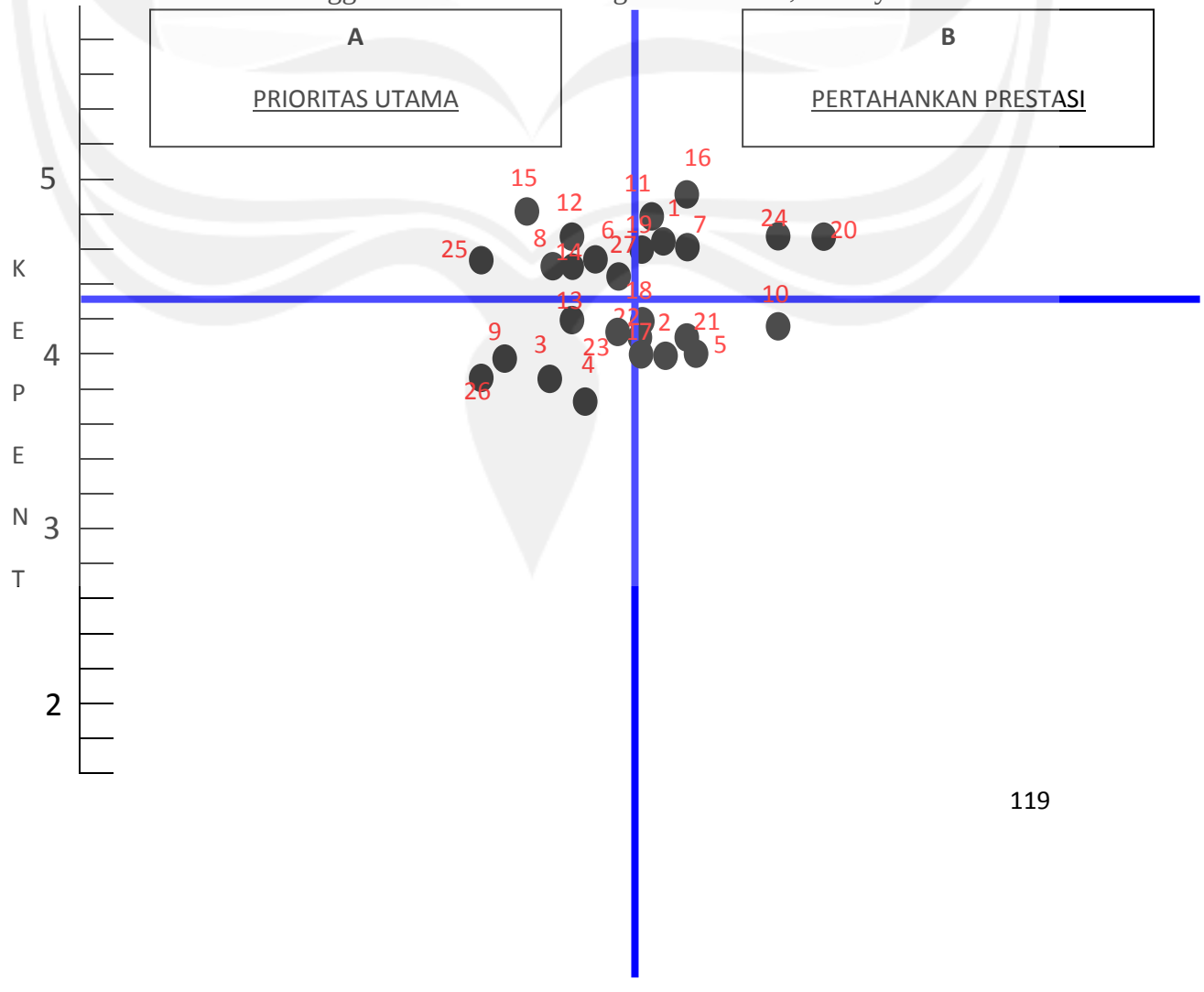
Tabel 4.1
Penghitungan Rata-Rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan Atas Faktor-Faktor Bauran Penjualan Eceran yang Mempengaruhi Nilai Pelanggan Pada Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung

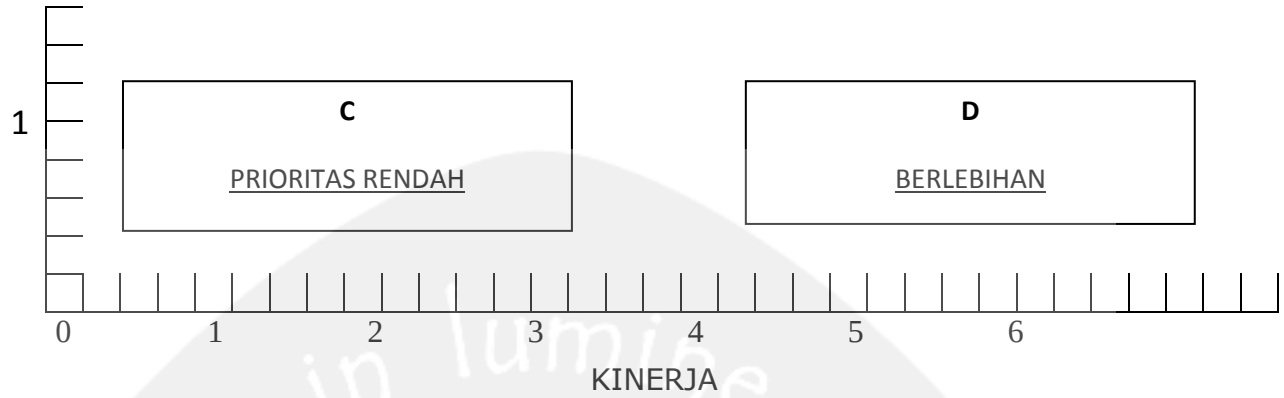
No	Bauran Penjualan Eceran	Bobot	Bobot	X	Y
	A. Produk dan Kelengkapan Barang				
1	Kualitas produk yang disediakan	379	507	3.45	4.61
2	Kelengkapan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen	360	427	3.27	3.88
3	Keragaman merk dari produk sejenis	314	423	2.85	3.85
4	Ketersediaan attribut pendukung produk	324	403	2.95	3.66
5	Kemasan yang menarik dan kondisi layak jual	400	443	3.64	4.03
6	Kelengkapan informasi produk dari setiap barang	337	479	3.06	4.35
	B. Harga				
7	Penentuan harga yang wajar dan kompetitif	375	510	3.41	4.64
8	Kesesuaian harga dengan kualitas	327	488	2.97	4.44
9	Kebijakan potongan harga (discount) dan pemberian hadiah	296	437	2.69	3.97
	C. Lokasi				
10	Toko berada di daerah yang strategis dan mudah dijangkau	466	459	4.24	4.17
	D. Tata Letak				
11	Tampilan luar toko (eksterior) yang menarik	366	518	3.33	4.71
12	Penempatan Tanda Penarik Perhatian (eye catching) yang tepat	315	498	2.86	4.53
13	Penataan ruangan toko (interior) yang menarik	325	472	2.95	4.29
14	Penempatan dan penyusunan barang (display) yang menarik	320	489	2.91	4.45
15	Kemudahan konsumen dalam menemukan barang yang dicari	290	531	2.64	4.83
	E. Staff Pegawai				
16	Keramahan petugas dalam melayani konsumen	395	517	3.59	4.70
17	Penampilan para petugas	369	440	3.35	4.00
18	Kemampuan petugas menjalankan tugasnya scara profesional	368	469	3.35	4.26

19	Pengetahuan petugas tentang produk	371	513	3.37	4.66
	F. Pelayanan				
20	Waktu operasional (jam buka / tutup) sesuai kebutuhan konsumen	487	526	4.43	4.78
21	Kesediaan petugas dalam membantu konsumen ketika berbelanja	400	458	3.64	4.16
22	Petugas memberikan penjelasan yang memadai untuk setiap produk	362	458	3.29	4.16
23	Kesigapan petugas menanggapi keluhan konsumen dan purna jual	346	455	3.15	4.14
24	Ketersediaan berbagai fasilitas pembayaran	472	508	4.29	4.62
	G. Promosi				
25	Pemilihan media iklan/advertising untuk menarik konsumen baru	271	492	2.46	4.47
26	Keikutsertaan pameran untuk meningkatkan brand image/awareness	247	420	2.25	3.82
27	Kemampuan petugas menawarkan dan mempresentasikan produk	362	505	3.29	4.59
			Rata-rata (X dan Y)	**3.25**	**4.32**

Keterangan : X dan Y = Rata-rata dari 110 responden
Sumber **:** Hasil Pengolahan dan Peghitungan kuesioner

Bila kita analisa menggunakan alat bantú Diagram Cartesius, hasilnya adalah sbb:





Gambar 2 : Diagram Kartesius dari Kinerja Bauran Penjualan Eceran di Toko Swalayan Alat
Kesehatan CBR Ritel.
Sumber : Data olahan kuesioner atas jawaban responden

Dalam gambar 4.1 diatas, terlihat bahwa letak dari unsur-unsur bauran penjualan eceran terbagi menjadi empat bagian.

1. KUADRAN A

Faktor-faktor yang dinilai sangat penting oleh konsumen tetapi kinerjanya dirasakan masih belum memuaskan. Merupakan faktor-faktor yang harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kelengkapan informasi produk dari setiap barang (point 6)
- Kesesuaian harga dengan kualitas (point 8)
- Penempatan tanda penarik perhatian *(eyecatching)* yang tepat (point 12)
- Penempatan dan penyusunan barang *(display)* yang menarik (point 14)
- Kemudahan konsumen dalam menemukan barang yang dicari (point 15)
- Pemilihan media iklan/advertising untuk menarik konsumen baru (point 25)
- Kemampuan petugas menawarkan dan mempresentasikan produk (point 27)

2. KUADRAN B

Faktor-faktor yang dinilai penting oleh konsumen dan kinerjanya dirasakan cukup atau telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen. Merupakan faktor-faktor yang harus dipertahankan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kualitas produk yang disediakan (point 1)
- Penentuan harga yang wajar dan kompetitif (point 7)
- Tampilan luar toko (eksterior) yang menarik (point 11)
- Keramahan petugas dalam melayani konsumen (point 16)
- Pengetahuan petugas tentang produk (point 19)
- Waktu operasional (jam buka/tutup) sesuai kebutuhan konsumen (point 20)
- Ketersediaan berbagai fasilitas pembayaran (point 24).

3. KUADRAN C

Faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh konsumen dan kinerjanya dirasakan kurang atau biasa saja.. Untuk faktor-faktor ini sebaiknya perusahaan cukup menjalankannya secara sedang saja

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Keragaman merek dari produk sejenis (point 3)
- Ketersediaan atribut pendukung produk (point 4)
- Kebijakan potongan harga *(discount)* dan pemberian hadiah (point 9)
- Penataan ruangan took (interior) yang menarik (point 13)
- Kesigapan petugas menanggapi keluhan konsumen dan purna jual (point 23)
- Keikutsertaan dalam berbagai pameran untuk meningkatkan brand image/awarenes masyarakat (point 26)

4. KUADRAN D

faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen tetapi telah dilaksanakan dengan sangat baik oleh perusahaan. Sebaiknya dikurangi dan jangan berlebihan agar perusahaan lebih efisien .

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kelengkapan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen (point 2)
- Kemasan yang menarik dan kondisi layak jual (point 5)
- Toko berada didaerah yang strategis dan mudah dijangkau (point 10)
- Penampilan para petugas (point 17)
- Kemampuan petugas menjalankan tugasnya secara profesional (point 18)
- Kesediaan petugas dalam membantu konsumen ketika berbelanja (Point 21)
- Petugas memberikan penjelasan yang memadai untuk setiap produk (point 22)

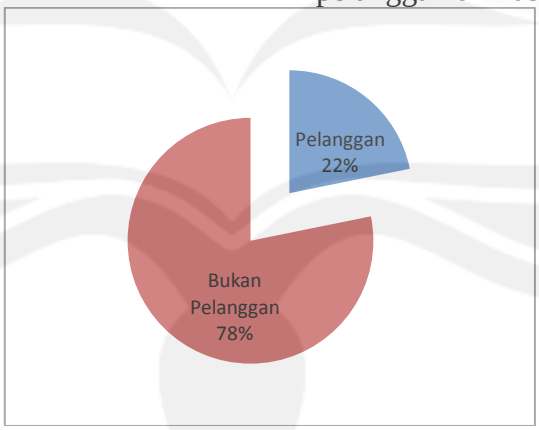
Penghitungan Nilai Pelanggan di Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel

Untuk mengetahui Nilai Pelanggan *(Customer Value)* penulis menggunakan rumusan baku yang sudah ada, seperti yang dijelaskan oleh Kotler and Keller (2008:133)

$$CV = \frac{\text{Benefit}}{\text{Cost}}$$

Kumpulan manfaat terdiri atas nilai produk, nilai pelayanan, nilai karyawan dan nilai citra.
Sedangkan kumpulan pengorbanan terdiri atas : biaya moneter, biaya waktu, biaya energi dan biaya psikis.

Berdasarkan jawaban kuesioner oleh responden kita dapat mengetahui konsumen Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel mana yang kemungkinan besar akan menjadi pelanggan di masa yang akan datang:



Gambar 3: Prosentase kemungkinan responden akan menjadi pelanggan dimasa yang akan datang, atas kinerja bauran penjualan eceran Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel saat ini.
Sumber : Data olahan kuesioner atas jawaban responden

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa atas Nilai Pelanggan ternyata dengan kinerja bauran penjualan eceran yang ada saat ini kemungkinan seorang konsumen akan menjadi pelanggan hanya sebesar 22%, sedangkan mayoritas sebesar 78% tidak akan menjadi pelanggan.

Hasil dari Analisa Pelanggan ini menuntut agar perusahaan melakukan berbagai perbaikan untuk lebih memuaskan pelanggan, karena yang ada saat ini masih berada dibawah harapan pelanggan. Apabila tidak segera melakukan pembenahan maka banyak konsumen yang akan beralih menjadi pelanggan pesaing. Hal ini tentu saja tidak diharapkan karena akan merugikan perusahaan di masa yang akan datang.

Uji Hipotesis Verifikatif

Uji hipotesis verifikatif dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu :

Untuk mengetahui faktor penjualan eceran mana yang dominan peranannya dalam meningkatkan nilai pelanggan

Untuk menjawab hal tersebut diatas, penulis menggunakan alat bantu Analisis Jalur *(Path Diagram)*.

Persamaan struktural dari diagram jalur tersebut adalah sebagai berikut:

Y = P Y X1 X1 + P Y X1 X2 + P Y X3 X3 + ….+

PY X7 X7 + □ı

Model dan persamaan kemudian kita proses menggunakan data kuesioner. Data ordinal selanjutnya harus dirubah menjadi interval menggunakan proses program MSI *(Methode Sucessive Interval)*.

Melalui alat bantu program SPSS versi 12.0 kita akan menyelidiki beberapa hal berikut:

1. Apakah hipotesis diatas dapat diterima dan dibuktikan secara verifikatif?
2. Seberapa besar kinerja bauran penjualan eceran secara langsung mempengaruhi nilai pelanggan dan kepuasan konsumen baik secara parsial maupun bersama-sama (gabungan) dan pengaruh variabel mana yang paling besar?

Substruktur 1

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X7, X3, X6, X2, X4, X5, X1(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792(a)	,627	,602	,93295

a Predictors: (Constant), X7, X3, X6, X2, X4, X5, X1

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,534	7	21,362	24,543	,000(a)
	Residual	88,781	102	,870		
	Total	238,315	109			

a Predictors: (Constant), X7, X3, X6, X2, X4, X5, X1
b Dependent Variable: Y1

Gambar 4 : Analisis Jalur (Path Diagram) oleh program SPSS versi 12.0
Sumber : Data olahan kuesioner

Berdasarkan hasil output program SPSS kita peroleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 artinya 62,7% variabel nilai pelanggan dapat diterangkan oleh variabel bebas dalam hal ini kinerja seluruh faktor bauran penjualan eceran (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7)

Kemudian untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang kuat secara simultan antara kinerja Bauran Penjualan Eceran (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7) terhadap Nilai Pelanggan (Y1) dapat dilihat atas hasil pengujian berikut:

Berdasarkan perhitungan SPSS di peroleh nilai F hitung sebesar 24,543. Dimana kriteria penolakan H0, Jika F hitung lebih besar dari F tabel atau F0 > Fα 1,n-3 dengan mengambil taraf signifikan (α) sebesar 5% dan jumlah responden n=110, maka dari tabel distribusi F didapat nilai F tabel untuk F0.05,1,107 = 3,9298.

Dikarenakan 24,543 lebih besar dari 3,9298 dan sig F sebesar 0,000 maka H0 ditolak. Artinya kita dapat simpulkan bahwa terdapat hubungan secara linear antara kinerja Bauran Penjualan Eceran (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7) dengan Nilai Pelanggan (Y).

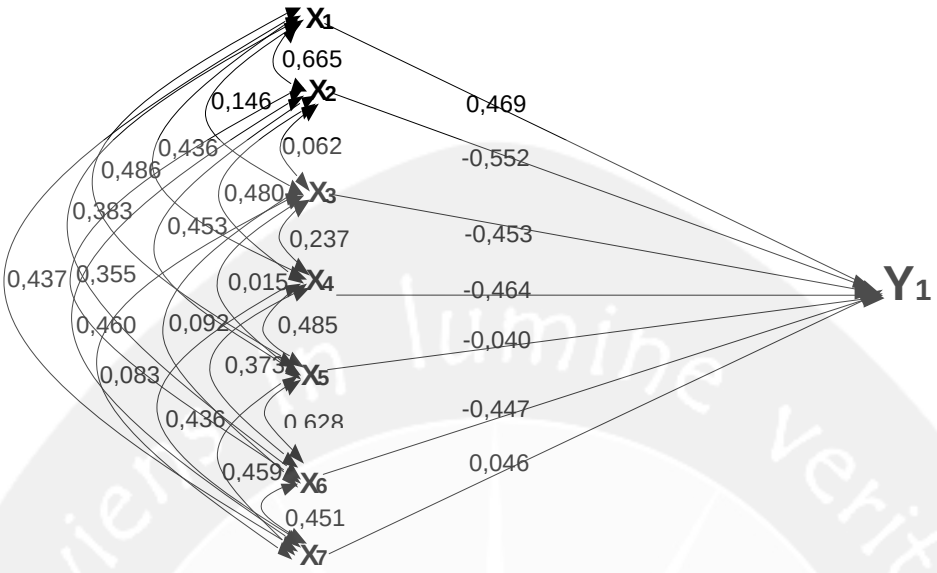
Dengan kata lain, terdapat pengaruh antara kinerja Bauran Penjualan Eceran secara bersama-sama terhadap Nilai Pelanggan (Y) sebesar koefisien determinasinya (R^2) = 0,627 atau 62,7%.

Sedangkan pengaruh lain diluar kinerja Bauran Penjualan Eceran sebesar 37,3% (□ı□□□□

Bila kita mengacu pada uji hipotesis untuk menentukan variable yang signifikan maka persamaan struktural diatas dapat disederhanakan menjadi :

Y = 0,469X1 + 0,447X6 + □□□

Berdasarkan hasil penghitungan dan data yang ada, kita akan menggambarkan analisis jalur penelitian : Pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran Terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen Pada Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung, seperti ini :



Gambar 5 : Diagram Analisis Jalur : Pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran Terhadap Nilai Pelanggan Pada Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung

Sumber : Data olahan kuesioner menggunakan program SPSS versi 12

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kinerja bauran penjualan eceran yang mencakup produk dan kelengkapan barang *(product and merchandising*), harga *(price)*, lokasi *(location)*, tata letak (*physical evidence*), staff pegawai *(personnel)*, pelayanan *(service)*, promosi *(promotion)*, yang telah dilakukan oleh Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung berpengaruh terhadap nilai pelanggan.
2. Pengaruh kinerja bauran penjualan eceran terhadap nilai pelanggan di Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung berdasarkan hasil penghitungan koefisien determinasi (R^2) = 0,627 atau 62,7%. Sedangkan pengaruh lain diluar kinerja bauran penjualan eceran mempengaruhi nilai pelanggan sebesar 37,3%
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis verifikatif : diantara tujuh variabel bauran penjualan eceran yang dianalisa di Toko Swalayan Alat Kesehatan CBR Ritel Bandung, ternyata hanya variabel Produk dan variabel Pelayanan yang signifikan mempengaruhi Nilai Pelanggan masing-masing sebesar 46,9% dan 44,7%. Sedangkan variabel lainnya tidak signifikan secara parsial terhadap nilai pelanggan.

Saran

Saran-saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Prioritas perbaikan kinerja bauran penjualan eceran yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai pelanggan seperti yang ditunjukan oleh diagram kartesius adalah sebagai berikut :

✓ Kelengkapan informasi dari setiap barang

✓ Kesesuaian harga dengan kualitas
✓ Penempatan tanda penarik perhatian *(eye catching)* yang tepat
✓ Penempatan dan penyusunan barang *(display)* yang menarik
✓ Kemudahan konsumen dalam menemukan barang yang dicari
✓ Pemilihan media iklan/*advertising* untuk menarik konsumen baru
✓ Kemampuan petugas menawarkan dan mempresentasikan produk

2. Beberapa saran penting yang dituliskan responden dalam kuesioner yang juga perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan antara lain:
✓ Menyediakan produk yang lebih bervariatif disesuaikan dengan kebutuhan konsumen
✓ Menjalin kerjasama dengan berbagai instansi kesehatan, sekolah keperawatan dan institusi lainnya untuk membuka pangsa pasar baru.
✓ Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi (website dan data base program) untuk menjaring konsumen baru dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan yang ada.
✓ Perlu disediakan katalog produk, price list, dan brosure yang sangat diperlukan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin, (2009), *Reabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta

Cravens, David W and Nigel F Piercy, (2008) *Strategic Marketing*, Eight Edition, McGraw –Hill International edition, New York

Davidson, William R., Sweeney, Daniel J., Stampfl, Ronald W., (1998), *Retailing Management*, John Wiley & Sons, South Western

Kaplan and Saccuzo, (2008), *Phsycological Testing*, 7th Edition, California: Broks Cole Publishing Company

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane., (2008), *Marketing Management*, 13th Pearson International Edition, Pearson Prentice Hall, Singapore

Levy and Weitz, (2008), *Retailing Management*, Seventh Edition, McGraw-Hill International Edition,New York

Singarimbun Masri, and Effendi Sofian, (1991), *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, LP3ES, Jakarta

Supranto J, (2009), *Statistik : Teori dan Aplikasi*, Edisi 7, Jakarta: Erlang

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASE DECISION PROCESS AT WIDYATAMA UNIVERSITY (CASE STUDY FACULTY BUSINESS AND MANAGEMENT)

Yelli Eka Sumadhinata[1)]
E-mail : yelli_sumadhinata@yahoo.com
Widyatama University, Bandung[1)]

ABSTRACT

Universities must have a good "Branding" and trying to maintain to exist between universities face competition intensifies. Moreover, foreign universities are also increasingly vigorous campaign to attract new students in Indonesia, "says brand consultant and ethnographer Amalia E Maulana, in Jakarta (Jakarta: Antara News.) High universities therefore need to hurry and find a solution to deal Under these conditions one way is to provide a good brand to the university itself so that it can continue to be remembered by students and prospective students. in this study, the authors take the title "The Effect of Brand Image Of Consumer Purchase decision Process at Widyatama University (Case Studies in the Faculty of Business and management) ".

The purpose of the research is to find out how consumer responses to brand image and how the Widyatama University decision process of the consumer to buy the product of education at the Widyatama University, Also to determine how much influence the brand image of the consumer buying decision process. The method used is descriptive. Based on the research that consumer responses to brand image and product purchasing decisions for education at Widyatama University is good. Then the hypothesis testing using t distribution table, the results of the calculation was obtained t value is greater than t table mean Ho is rejected and Ha accepted. This means that: "There is the influence of the brand image with the consumer purchasing decisions at the Widyatama University".

Keywords: *Brand Image, Purchase Decision*

ABSTRAK

Perguruan Tinggi harus memiliki "Branding" yang baik dan berusaha mempertahankan untuk tetap eksis menghadapi persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat. Apalagi perguruan tinggi asing juga makin gencar melakukan promosi untuk menarik minat calon mahasiswa baru di Indonesia," kata konsultan

brand dan etnografer Amalia E Maulana, di Jakarta, (Jakarta: Antara News). Oleh karena itu perguruan Tinggi harus bergegas dan mencari solusi untuk menghadapi kondisi tersebut salah satu caranya adalah dengan memberikan **brand** yang baik terhadap Universitas itu sendiri sehingga dapat diingat terus oleh mahasiswa dan calon mahasiswa. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul **"Pengaruh *Brand Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Universitas Widyatama (Studi Kasus pada Fakultas Bisnis dan Manajemen)".**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap *brand image* Universitas Widyatama dan bagaimana proses keputusan dari konsumen untuk membeli produk pendidikan pada Universitas Widyatama juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* tersebut terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa tanggapan konsumen terhadap *brand image* serta keputusan pembelian produk pendidikan ini pada Universitas Widyatama adalah cukup.

Kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan tabel distribusi t, dari hasil perhitungan ternyata diperoleh nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya yaitu: "Terdapat pengaruh antara *brand image* dengan keputusan pembelian konsumen pada Universitas Widyatama".

Kata Kunci : Brand Image, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Salah satu bagian terpenting dari sebuah produk adalah *Brand* (Merek) hal ini tidak hanya berlaku untuk perusahaan *manufacturing* (yang menghasilkan barang) tetapi juga untuk perusahaan jasa, contohnya seperti perguruan tinggi. Perguruan Tinggi harus memiliki "Branding yang baik dan berusaha mempertahankan untuk tetap eksis menghadapi persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat. Apalagi perguruan tinggi asing juga makin gencar melakukan promosi untuk menarik minat calon mahasiswa baru di Indonesia," kata konsultan brand dan etnografer Amalia E Maulana, di Jakarta, (Jakarta: Antara News). Oleh karena itu perguruan Tinggi harus bergegas dan mencari solusi untuk menghadapi kondisi tersebut salah satu caranya adalah dengan memberikan ***brand*** yang baik terhadap Universitas itu sendiri sehingga dapat diingat terus oleh mahasiswa dan calon mahasiswa.

Pengertian *image* (citra) menurut Kotler (1997:57) adalah :

" Kepercayaan, ide, dan impressi seseorang terhadap sesuatu.

Sedangkan pengertian *brand image* menurut **Paul Temporal (2000;33**): **"*Brand image* is how the brand is seen".** Atau dengan kata lain *brand image* adalah kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu, dan bagaimana konsumen memandang suatu merek tersebut oleh karena itu suatu organisasi atau perusahaan

harus menciptakan brand image yang positif kepada konsumen karena pada akhirnya brand image yang positif akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pada saat pembelian terjadi pada suatu produk

METODE ANALISIS

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115) yang dimaksud dengan Populasi adalah : "Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama yaitu sebanyak 1.600 orang

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) yang dimaksud dengan Sampel adalah : Bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi". Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama yang dapat mewakili populasi. Dalam pengambilan sampel teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 95 orang mahasiswa universitas widyatama yang diperoleh dari :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{1.600}{1+1.600\,(0,1)^2} = 94,12$$

dibulatkan menjadi 95 orang

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Brand Image (Variabel X)	Kumpulan keyakinan atau kepercayaan atas merek tertentu (Kotler, 2005;82)	✓ Atribut	• Merek • Desain • Jaminan • Tingkat kualitas	Ordinal
		✓ Manfaat	• Produk yang bermanfaat	Ordinal
		✓ Nilai	• Harga yang sesuai	Ordinal
		✓ Budaya	• Kepuasan yang dapat dihasilkan	Ordinal
		✓ Pemakai / Konsumen	• Merek terkenal • Kesan akan kualitas • Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Manajemen	Ordinal
Keputusan Pembelian (Variabel Y)	Suatu proses keputusan di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.	✓ Pengenalan masalah	• Hasrat untuk memenuhi kebutuhan dasar	Ordinal
		✓ Pencarian informasi	• Lokasi	Ordinal
		✓ Evaluasi alternatif	• Perbanding an kualitas	Ordinal
		✓ Keputusan pembelian	• Keputusan Merek	
		✓ Perilaku pasca pembelian	• Merekomen dasikan • Tidak merekomen dasikan	Ordinal

Teknik Analisi Data

Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa fakultas bisnis dan manajemen, dimana jawaban dari responden tersebut diberi skor 1 sampai 5 untuk masing-masing jawaban. Kumpulan jawaban diolah, dianalisa, dan diuji untuk mengukur apa yang dituju dan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Teknik analisis data dilakukan dengan :

1. Uji Validitas

Validitas Menurut Suharsimi Arikunto (1998:160) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument.

2. Uji Realibilitas

Kuesioner diuji dengan menggunakan metode Croanbach Alpha dari masing-masing item dalam satu variabel

Koefisien Cronbach Alpha :

$$£_{it} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i^{\,2}}{S_t^{\,2}}\right)$$

Keterangan :
k = jumlah butir kuesioner
$£_{it}$= Koefisien keterandalan butir kuesioner
$\sum S_i^{\,2}$ = Jumlah variansi skor butir yang valid
$S_t^{\,2}$ = variansi total skor butir
Sedangkan kuesioner disebut reliabel atau andal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Singgih Santoso, 2001:270). Jika instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh ≥ 0.60.

3. **Koefisien Korelasi *Rank Spearman***

Koefisien korelasi *rank spearman* digunakan untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan variabel independen dan variabel dependen. Digunakannya korelasi *rank spearman*, karena data dalam penelitian ini berbentuk data tipe ordinal. Menurut **Simamora (2004:173)** ukuran korelasi yang tepat untuk data tipe ordinal, salah satunya bisa menggunakan korelasi *spearman*. Kedua variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu, *brand image* sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Rumus koefisien korelasi rank spearman menurut **Simamora (2004:235**) adalah sebagai berikut:

$$rs = 1 - \frac{6\sum_{i=1}^{n} di^2}{n^3 - n}$$

Apabila dalam penelitian ditemukan dua subjek atau lebih yang mempunyai nilai yang sama, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$rs = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{\sum x^2 * \sum y^2}}$$

dimana:

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Tx$$

$$\sum y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Ty$$

Keterangan:
rs : Koefisien korelasi
X : Variabel bebas
Y : Variabel terikat
n : Banyaknya sampel
di : Selisih rank X dan rank Y
$\sum x^2$: Jumlah kuadrat variabel X
$\sum y^2$: Jumlah kuadrat variabel Y

Rank kembar dapat dikatakan berpengaruh terhadap rs apabila proporsi dari rank kembar ini cukup besar, maka dalam perhitungan (koefisien korelasi) perlu dimasukan faktor koreksinya, yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Dimana:
T : Faktor koreksi
t : Menunjukan jumlah rank kembar dan penelitian

Menurut **Simamora (2004:331),** nilai koefisien korelasi terletak antara -1 dan 1, yaitu -1≤ r ≤ 1,dengan ketentuan:

1. Apabila rs = 0 atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua

variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.

2. Apabila rs = 1 atau mendekati 1, maka hubungan antar kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya kenaikan atau penurunan nilai X akan terjadi bersamaan dengan kenaikan dan penurunan nilai Y.

3. Apabila rs = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antar kedua variabel dikatakan sangat kuat dan berlawanan arah, artinya kenaikan nilai X akan terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai X atau sebaliknya.

Menurut Riduwan (2003:228) dapat diketahui seberapa kuat atau lemah hubungan variabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 1
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat lemah
0.20 – 0.399	Lemah
0.40 – 0.599	Cukup
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat kuat

Sumber : Riduwan (2003:228)

Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas (*independent variabel)* terhadap variabel terikat (*dependent variabel*) dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

Keterangan :
Kd :Koefisien Determinasi
rs :Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

4. Uji Hipotesis

Ho: rs ≤ 0 : Tidak terdapat Pengaruh brand image dengan Keputusan pembelian konsumen pada Universitas Widyatama

Ha: rs > 0 : Terdapat Pengaruh brand image dengan Keputusan pembelian konsumen Universitas Widyatama

Kriteria :

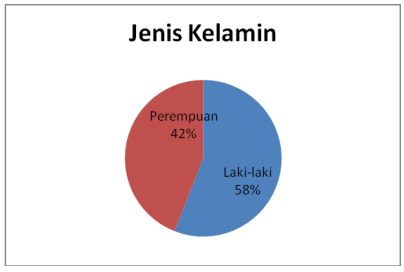
Jika $t^{hitung} \leq$ dari t^{tabel}, maka Ho diterima.

Jika $t^{hitung} >$ dari t^{tabel}, maka Ho ditolak.

HASIL ANALISIS

Profil Responden

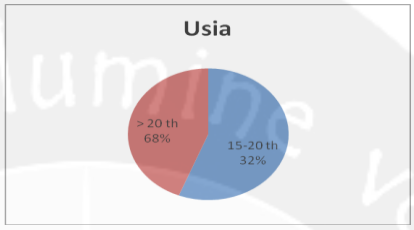
Grafik 1
Jenis Kelamin



Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Dalam penelitian ini 42% responden adalah perempuan dan 58% adalah laki-laki.

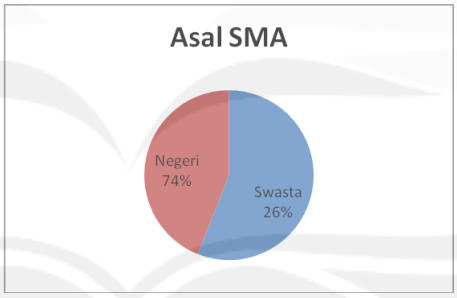
Grafik 2
Usia



Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Grafik diatas menunjukkan usia dari responden 32% berusia 15-20 tahun, dan 68% diatas 20 tahun

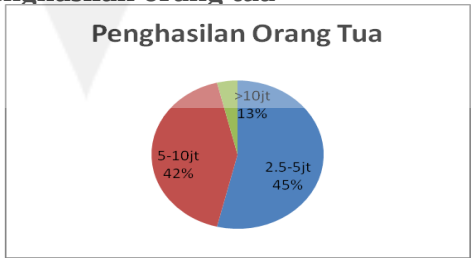
Grafik 3
Asal SMA



Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Responden dalam penelitian ini 26% responden berasal dari SMA Swasta dan 74% berasal dari SMA Negeri

Grafik 4
Penghasilan orang tua

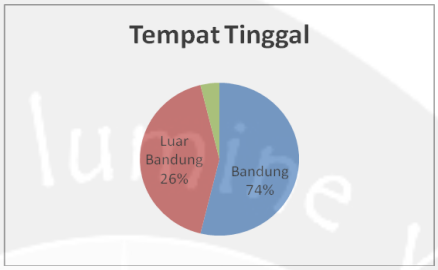


Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Penghasilan orang tua 45 % berkisar antara 2,5-5 juta, 42% beerpenghasilaan 5-10 juta dan 13% berpenghasilan diatas 10 juta

Grafik 5

Tempat tinggal

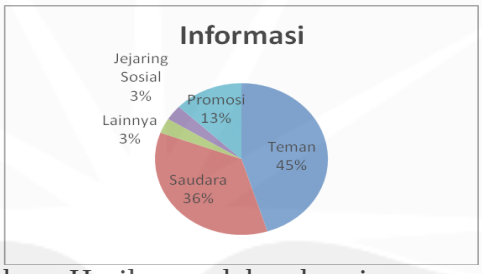


Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan grafik diatas 74 % responden berasal dari kota Bandung, sisanya 26% berasal dari luar kota Bandun

Grafik 6

Informasi



Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

45 % responden mendapatkan Informasi mengenai Universitas Widyatama dari teman, 36% dari saudara, 13% dari Promosi (yaitu iklan baik di media cetak maupun media elektronik) 3% dari jejaring sosial (seperti facebook dan twitter) dan sisanya 3 % dari lainnya.

Uji Validitas dan Realibilitas

1. Brand Image

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image*

NO	PERNYATAAN	r -hitung	r-tabel	Kesimpulan
1.	Saya mengetahui Universitas Widyatama merupakan salah satu Universitas terbaik di Kota Bandung	0,24	0,202	Valid
2.	Saya masuk Universitas Widyatama karena saya yakin Universitas Widyatama dapat membantu mewujudkan cita-cita saya	0,32	0,202	Valid
3.	Saya merasa bahwa biaya yang saya keluarkan untuk kuliah di Universitas Widyatama masih dalam batas wajar	0,61	0,202	Valid
4.	Saya menilai biaya yang harus saya keluarkan sesuai dengan kepuasan yang saya dapatkan setelah kuliah di Universitas Widyatama	0,46	0,202	Valid
5.	Ketika saya ingat Universitas Widyatama saya teingat akan sebuah Universitas yang terpercaya karena kualitasnya	0,37	0,202	Valid
6.	Saya meyakini bahwa Universitas Widyatama adalah salah satu *Brand* (Merek) Universitas yang terkenal di Bandung	0,38	0,202	Valid
7.	Menurut saya *Brand* (Merek) Universitas Widyatama mudah diucapkan dan diingat	0,48	0,202	Valid
8.	Ketika saya memperhatikan logo dari Universitas Widyatama logo tersebut menarik perhatian	0,50	0,202	Valid
9.	Lingkungan di sekitar kampus Universitas Widyatama membuat saya merasa nyaman dalam menjalankan kegiatan perkuliahan	0,55	0,202	Valid
10.	Penataan ruang perkuliahan di Universitas Widyatama teratur dengan baik	0,60	0,202	Valid
11.	Pada saat saya masuk Univesitas Widyatama fasilitas yang saya dapatkan sesuai dengan harapan saya	0,59	0,202	Valid
12.	Saya merasa bahwa fasilitas yang diberikan di dalam kampus dapat menunjang kegiatan perkuliahan	0,62	0,202	Valid
13.	Menurut saya media promosi yang digunakan oleh Universitas Widyatama dalam mempromosikan produknya sangat menarik	0,64	0,202	Valid
14.	Menurut saya cara penyampaian promosi mengenai Universitas Widyatama mudah untuk dipahami dan di mengerti	0,59	0,202	Valid
15.	Saya mendapatkan kepuasan dan pengalaman yang berbeda ketika saya menjalankan perkuliahan di Universitas Widyatama	0,41	0,202	Valid
16.	Keputusan saya yang utama untuk kuliah di Universitas Widyatama karena namanya yang telah terkenal	0,55	0,202	Valid
17.	Saya meyakini bahwa *brand* (merek) yang terkenal akan berhubungan dengan kualitas produk yang dihasilkannya	0,61	0,202	Valid
18.	Menurut saya kualitas Universitas Widyatama lebih baik daripada universitas swasta lainnya yang ada di Bandung	0,60	0,202	Valid

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Dari tabel diatas yaitu pernyataan variabel *brand image* yang mempunyai nilai lebih besar dari nilai kritis tabel pada taraf nyata £=0,05 yaitu sebesar 0,202 dengan rentang 0,24 sampai dengan 0,64,maka pernyataan brand image adalah valid.

Tabel 3
Hasil uji realibilitas variabel *brand image*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,830	18

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Delapan belas pernyataan dari variabel *brand image* diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.830 sesuai kriteria nilai ini sudah lebih besar dari 0.60 maka data hasil angket memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain data hasil angket dapat dipercaya. Rangkuman hasil uji disajikan pada tabel diatas

2. Keputusan Pembelian

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

NO	PERNYATAAN	r -hitung	r-tabel	Kesimpulan
1.	Pada saat saya menanyakan informasi mengenai Universitas yang memiliki kualitas yang baik maka akan direkomendasikan Universitas Widyatama	0,49	0,202	Valid
2.	Pada saat saya membutuhkan informasi mengenai Universitas Widyatama saya dapat mengaksesnya dengan mudah	0,50	0,202	Valid
3.	Lingkungan dimana Universitas Widyatama berada menurut saya sangat nyaman	0,57	0,202	Valid
4.	Menurut saya akses jalan yang harus ditempuh menuju Universitas Widyatama sangat mudah	0,70	0,202	Valid
5.	Letak Universitas Widyatama yang berada di Jalan Cikutra no. 204 A merupakan lokasi yang paling strategis	0,71	0,202	Valid
6.	Ketika saya melihat nama-nama pengajar di Universitas Widyatama saya yakin akan kualitas tenaga pengajar di Universitas Widyatama	0,51	0,202	Valid
7.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh staff administrasi di Universitas Widyatama	0,58	0,202	Valid
8.	Saya merasa ilmu yang saya peroleh diperkuliahan sangat bermanfaat untuk kehidupan saya dan pekerjaan saya nanti	0,59	0,202	Valid
9.	Keputusan saya untuk kuliah di Universitas Widyatama karena *Brand* (merek) nama Universitas Widyatama yang sudah terkenal	0,207	0,202	Valid
10.	Ketika saya kuliah di Universitas Widyatama dan saya merasa puas maka saya akan merekomendasikan Universitas Widyatama kepada yang lainnya	0,49	0,202	Valid

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Untuk sepuluh pernyataan variabel keputusan pembelian yang mempunyai nilai lebih besar dari nilai kritis tabel pada taraf nyata £=0,05 yaitu sebesar 0,202 dengan rentang 0,207 sampai dengan 0,71 maka pernyataan keputusan pembelian adalah valid.

Tabel 5
Hasil uji realibilitas variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	10

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner

Sepuluh pernyataan dari variabel pengambilan keputusan diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.731 sesuai kriteria nilai ini sudah lebih besar dari 0.60 maka data hasil angket memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain data hasil angket dapat dipercaya. Rangkuman hasil uji disajikan pada tabel diatas

3. Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan

Perhitungan Korelasi Rank Spearman
Variabel X dan Variabel Y

Correlations

			Brand Image	Pengambilan Keputusan
Spearman's rho	Brand Image	Correlation Coefficient	1,000	,337**
		Sig. (2-tailed)	.	,001
		N	95	95
	Pengambilan Keputusan	Correlation Coefficient	,337**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,001	.
		N	95	95

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

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai rs sebesar 0,337. Karena nilai rs berada diantara 0,400-0,599 maka hubungan antara *brand image* dengan keputusan pembelian dapat dikatakan cukup

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian jasa pendidikan di Universitas Widyatama dalam bentuk persentase, maka digunakan perhitungan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

Kd = r_s^2 x 100%
= $(0,337)^2$ x 100%
= 11,36%

Besarnya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian jasa pendidikan di universitas widyatama sebesar 11,36% dan sisanya 88.64% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis, maka dilakukan uji satu pihak dengan hipotesis sebagai berikut :

Ho: rs ≤ 0 : Tidak terdapat Pengaruh brand image dengan Keputusan pembelian konsumen pada Universitas Widyatama

Ha: rs > 0 : Terdapat Pengaruh brand image dengan Keputusan pembelian konsumen Universitas Widyatama

Membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

Jika t hitung ≥ t tabel maka Ho akan ditolak dan Ha diterima

Jika t hitung < t tabel maka Ho akan diterima dan Ha ditolak

Dimana derajat keeratan (df) adalah :

df = n – (k+1)
= 95 – 2
= 93

Dimana tingkat kekeliruan (α) yang digunakan sebesar 5 %. Untuk menetapkan nilai t hitung dipergunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = rs \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}$$

$$= 0.337 \frac{\sqrt{95-2}}{\sqrt{1-0,337^2}}$$

$$= 3,454$$

Dari perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa t_{hitung} = 3,454 lebih besar dari t_{tabel} = 1,6614 Ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima, maka Terdapat Pengaruh *Brand image* dengan Keputusan pembelian konsumen pada Universitas Widyatama

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai rs sebesar 0,337. Karena nilai rs berada diantara 0,400-0,599 maka hubungan antara *brand image* dengan keputusan pembelian dapat dikatakan cukup
2. Besarnya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian jasa pendidikan di universitas widyatama sebesar 11,36% dan sisanya 88.64% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.
3. Pengujian Hipotesis dengan tingkat kekeliruan 5% dapat dilihat

bahwa t_{hitung} = 3,454 lebih besar dari t_{tabel} = 1,6614 Ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima, maka Terdapat Pengaruh *Brand image* dengan Keputusan pembelian konsumen pada Universitas Widyatama

4. Keterbatasan penelitian ini belum semua variabel diteliti .

DAFTAR PUSTAKA

Kottler, Philip. 2005. ***Manajemen Pemasaran***, Edisi Kesebelas, Jilid 2. Jakarta: PT. INDEKS kelompok Gramedia

Kottler, Philip. 2005. ***Manajemen Pemasaran***, Edisi Kesebelas, Jilid 1. Jakarta:
PT. Prenhallindo

Kotler dan Keller. 2007. ***Manajemen Pemasaran***. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2008. ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***. Alih
Bahasa olehBob Sabran. Edisi Keduabelas. Jakarta : Erlangga

Kotler dan Keller. 2009 . ***Marketing Management***. London : Pearson

Peter, J Paul and Donnelly Jr, James H. 2007, ***Marketing Management Knowledge and Skil.*** USA. penerbit: Mc.Graw-Hill.

Riduwan Drs., M.BA. 2003. **Dasar-Dasar Statistika**, Cetakan ketiga. Bandung, Alfabeta

Simamora, Bilson. 2004.***Riset Pemasaran***. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2008**.** ***Metode Penelitian Bisnis***.Edisi 11. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2010. ***Metode Penelitian Bisnis***. Bandung : CV Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. 1998. Prosedur penelitian Administrasi. Bandung :Alfabeta

Jakarta antar news

THE MANAGEMENT OF INTANGIBLE ASSETS IN THE ORGANIZATION

Ade Irma Anggraeni[1)]
E-mail:ade_jointheclub@yahoo.com
[1)] Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

The literature and practice on the management of intangible assets in the organization in connecting with various terms such as concepts of intellectual capital and organizational learning. However, in various studies, these two concepts have many dibahasa simultaneously both in terms of level of analysis and thinking activities and individual behavior in organizations. With the understanding of knowledge management activities in terms of the concept of organizational learning and intellectual capital, organizations can create an optimal medium for the development of intangible assets that will support efforts to achieve competitive advantage. This paper aims to describe the characteristics of the concept of organizational learning and intellectual capital and argued various aspects that need to be the focus of the organization in managing the process of acquiring and sharing knowledge of its members.

***Keywords**: Intangible assets, organizational learning, intellectual capital*

ABSTRAK

Literatur dan praktek pada pengelolaan intangible aset dalam organisasi dalam menghubungkan dengan berbagai istilah seperti konsep modal intelektual dan pembelajaran organisasi. Namun, dalam berbagai penelitian, kedua konsep ini memiliki dibahasa secara simultan baik dari segi tingkat kegiatan analisis dan pemikiran dan perilaku individu dalam organisasi. Dengan pemahaman kegiatan manajemen pengetahuan dalam hal konsep pembelajaran organisasi dan modal intelektual, organisasi dapat menciptakan media yang optimal untuk pengembangan aset tidak berwujud yang akan mendukung upaya-upaya untuk mencapai keunggulan kompetitif. Tulisan ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik konsep pembelajaran organisasi dan modal intelektual dan berpendapat berbagai aspek yang perlu menjadi fokus dari organisasi dalam mengelola proses untuk mendapatkan dan berbagi pengetahuan anggotanya.

Kata kunci: Aset tidak berwujud, pembelajaran organisasi, modal intelektual

PENDAHULUAN

Peta bisnis dan perekonomian dunia telah banyak mengalami perubahan. Perbedaan karakteristik masyarakat dari industrialis menjadi masyarakat dengan dinamika pengetahuan pada akhirnya berdampak pada gerak organisasi untuk memformat ulang cara pandangnya dalam mengelola sumberdayanya. Pemikiran ini dilandasi berbagai bukti ilmiah tentang kinerja organisasi yang menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif adalah milik organisasi yang mampu mengelola memanfaatkan sumberdaya pengetahuannya. Meskipun dijelaskan dalam berbagai perspektif, namun pengetahuan sebagai suatu sumber daya ekonomis memiliki akar yang sama. Pengetahuan, sebagai *intangible asset* saat ini telah menjadi faktor produksi yang utama.

Dalam era pengetahuan, *intangible asset* memegang peranan penting sebagai modal organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Menurut Barney (1991, dalam Njuguna, 2009) suatu organisasi yang memiliki keunggulan kompetetif adalah organisasi yang menerapkan strategi yang menciptakan nilai sehingga sulit ditiru oleh organisasi pesaing. Modal intelektual juga merupakan aset strategis bagi organisasi untuk bersaing di era ekonomi berbasis pengetahuan. Salah satu kapabilitas yang dimiliki oleh organisasi yang memiliki pengaruh positif terhadap *knowledge-sharing* dan menciptakan keunggulan bersaing adalah pembelajaran organisasional.

Pembelajaran organisasional terjadi melalui proses memperoleh, membagi dan mengintegrasikan pengetahuan baru baik dari luar maupun dari dalam organisasi (Crossan et. al dalam al-Nsour, 2011). Namun berbagai studi mengenai *intangible asset* kerapkali membingungkan karena sulitnya menetapkan suatu terminologi yang konsisten. Konsep yang sering digunakan dalam pembahasan *intangible asset* antara lain pembelajaran organisasi dan modal intelektual yang diyakini dapat meningkatkan keunggulan bersaing organisasi. Pada akhir abad ke 20 diperkirakan 20 persen dari 500 perusahaan Fortune telah menempati posisi sebagai "Chief Learning Officer", atau "Director of Intellectual Capital dalam upaya untuk melembagakan komitmen perusahaan terhadap proses pembelajaran (Stuller, 1998).

Namun studi yang secara khusus berupaya menetapkan batasan jelas mengenai konsep modal intelektual dan pembelajaran organisasional masih sangat jarang (Nonaka and Takeuchi, 1995). Selain itu, berbagai studi di bidang *intangible asset* juga belum banyak yang mengungkap hubungan antara konstruk modal intelektual dan pembelajaran organisasional.

PEMBAHASAN

Upaya menemukan batasan yang jelas mengenai konsep pembelajaran organisasi dan modal intelektual diawali dengan penjelasan mengenai definisi kemudian dilanjutkan dengan membandingkan level of analysis kedua konstruk tersebut.

A. Definisi Konstruk

1. Modal Intelektual

Terdapat berbagai definisi yang beragam mengenai konsep modal intelektual. Menurut Stewart (1999 dalam Khalique, et. al, 2011) modal intelektual didefiniskan sebagai keseluruhan dari pengetahuan kolektif, teknologi, ketrampilan, informasi, kekayaan intelektual dan kepuasan pelanggan yang dapat digunakan organisasi untuk mencapai keberhasilan. Selanjutnya Cabrita (2009) menyatakan modal intelektual sebagai seperangkat sumberdaya yang tidak nampak seperti kemampuan, ketrampilan dan kompetensi yang menciptakan nilai dan peningkatan kinerja organisasi.

Intellectual capital diidentifikasikan sebagai kesatuan dari beberapa jenis *intangible asset* yang dapat meningkatkan kinerja dan penciptaan nilai dalam organisasi (Bontis, 1998). Berangkat dari perspektif strategis, modal intelektual digunakan untuk menciptakan dan nilai dan mencapai kesuksesan organisasi.

Bontis et al. (1999) menyatakan bahwa konstruk modal intelektual terdiri atas *human capital, structural capital, dan relational capital*. Human capital merujuk pada kemampuan, pengalaman, kreativitas, kompetensi dan pengetahuan sumber daya manusia dalam organisasi (Kontic dan Cabrilo, 2009). Human capital berperan sebagai sumber inovasi dan pembaharuan strategis dan. Menurut Baron (2007), strategi *human capital* memiliki 6 faktor yang saling berkaitan yaitu people, proses kerja, struktur managerial, pengetahuan dan informasi, pengambilan keputusan dan sistem insentif. Dalam dimensi human capital, kompetensi karyawan merupakan *hard-part of intellectual capital*, sedangkan sikap karyawan merupakan *soft-part of intellectual capital.*

Kemudian konstruk *structural capital* didefiniskan sebagai pengetahuan organisasional, terutama yang berkaitan dengan proses, prosedur dan sistem yang digunakan organisasi untuk mendukung dalam operasional. *Structure capital* merupakan infrastruktur pendukung yang meliputi database, strategi, aktivitas rutin dan budaya organisasi. Sedangkan *relational capital* adalah hubungan formal maupun informal, termasuk didalamnya adalah hubungan dengan aspek luar organisasi seperti kepuasan konsumen, *goodwill* dan hubungan dengan pemasok (Allameh, et.al, 2010).

Selanjutnya Stewart (2000) membagi konstruk modal intelektual menjadi 3 dimensi yaitu *human capital*, *structure capital dan customer capital*. Menurut Bontis (2000), *customer capital* didefiniskan sebagai pengetahuan yang terdapat dalam saluran pemasaran dan hubungan dengan pelanggan. Basis *customer capital* adalah kapabilitas pemasaran, loyalitas, hubungan dan kepuasan konsumen.

2. Pembelajaran Organisasi

Pembelajaran organisasi adalah proses memperoleh pengetahuan secara individu dan kelompok yang bersedia mengaplikasikannya ke

dalam pekerjaan mereka dalam membuat keputusan dan saling mempengaruhi sebagai kapabilitas dinamik sebagai sumber keunggulan bersaing (Khandekar dan Sharma, 2006). Lebih lanjut Argyris (1976) mengungkapkan bahwa pembelajaran organisasi adalah proses mendeteksi dan memperbaiki kesalahan. Pembelajaran organisasi menurut Taylor merupakan kesempatan yang diberikan kepada pegawai sehingga organisasi menjadi lebih efisien (Luthans, 1998:45). Pembelajaran organisasi berarti proses perbaikan tindakan melalui pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik (Fiol dan Lyles, 1985).

Definisi lain oleh Stata (1989) menyatakan bahwa pembelajaran organisasi terjadi melalui pembagian wawasan, pengetahuan dan model mental yang dibangun berdasarkan pengetahuan dan pengalaman masa lampau. Pedler *et al*. (1991) mendefinisikan pembelajaran organisasi sebagai organisasi yang menfasilitasi pembelajaran pada semua anggota organisasinya dan secara berkelanjutan mentransformasikan dirinya. Lebih lanjut Garvin (2000) mendefinisikan pembelajaran organisasi sebagai keahlian organisasi untuk menciptakan, memperoleh, menginterpretasikan, mentrasfer dan membagi pengetahuan, yang bertujuan memodifikasi perilakunya untuk menggambarkan pengetahuan dan wawasan baru.

Pembelajaran organisasi didasarkan pada prinsip-prinsip dasar pembelajaran yakni menerima dan mengumpulkan informasi, menginterpretasikannya, dan bertindak berdasarkan interpretasi dari informasi tersebut (Garvin, 2000). Pembelajaran organisasi menyediakan prinsip-prinsip dan dasar-dasar yang memungkinkan organisasi belajar (Cleveland dan Plastrik, 1995). Pembelajaran organisasi juga dapat digambarkan sebagai seperangkat perilaku organisasi yang menunjukkan komitmen untuk belajar dan terus melakukan perbaikan. Pembelajaran organisasi merupakan jenis aktivitas dalam organisasi dimana sebuah organisasi belajar (Ortenblad, 2001). Selain itu pembelajaran organisasi menurut López *et al*. (2005) adalah suatu proses dinamis dalam menciptakan, mengambil, dan mengintegrasikan pengetahuan untuk mengembangkan sumberdaya dan kapabilitas dalam memberikan kontribusi pada kinerja organisasi yang lebih baik.

Chaston dan Badger (1999) membangun pembelajaran organisasi dengan menggunakan 21 item skala dari lima dimensi yaitu kejelasan tujuan dan misi, komitmen kepemimpinan dan pemberdayaan, eksperimentasi, transfer pengetahuan dan kelompok pemecahan masalah. Khandekar dan Sharma (2006) menggunakan 9 item untuk mengukur pembelajaran yang berkaitan dengan aktivitas SDM, yakni: strategi sumberdaya manusia, pelatihan dan pembelajaran, penilaian kinerja, imbalan dan insentif, kondisi yang mendukung, tim kerja, penciptaan pengetahuan, kualitas manajemen, dan fleksibilitas.

Senge (1990) dalam bukunya *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, membangun lima

disiplin kunci dari pembelajaran organisasi. Menurut Senge lima disiplin tersebut yakni *system thinking*, *mental models*, *personal mastery, team learning* dan *building shared vision* merupakan "komponen teknologis" atau dimensi yang sangat penting yang diperlukan dalam membangun pembelajaran organisasi. Lebih lanjut Prieto dan Revilla (2006) membangun 2 dimensi pengukuran *learning capability* yang meliputi *knowledge stocks* dan *learning flows*. Lebih lanjut Van Vught (1995) menjelaskan beberapa hal yang berperan penting sebagai pengungkit dan pendorong pembelajaran organisasi, yakni: komitmen pada visi bersama, memelihara kebiasaan berdialog, mobilisasi aktivitas, merancang konteks organisasi yang tepat (merancang infrastruktur organisasi yang sesuai dengan karakteristik atau kebutuhan pengetahuan baru), dan globalisasi pengetahuan lokal (berbagi pengetahuan baru kepada seluruh unit dan tingkatan organisasi).

Dari pembahasan mengenai definisi dan berbagai dimensi kedua konstruk diatas, dapat disimpulkan bahwa konstruk pembelajaran organisasi berfokus pada aktivitas pembelajaran sebagai proses perubahan sedangkan tujuan modal intelektual lebih mengacu pada aktivitas pengukuran dan peningkatan aspek-aspek intangible organisasi.

B. Level Analisis

Analisis untuk konstruk pembelajaran organisasi terdapat pada level individual, kelompok, organisasi dan inter-organisasi atau network. Berdasarkan perdebatan dalam berbagai literatur, sebagian besar berfokus pada level organisasi. Menurut Simon (1991) seluruh aktivitas pembelajaran terjadi dalam olah pikir manusia, dan organisasi belajar dengan dua cara yaitu melalui pembelajaran para anggota organisasi dan melalui proses investigasi anggota baru yang memiliki pengetahuan. Meskipun pembelajaran organisasi berlangsung secara individual, namun tidak tepat bila berpendapata bahwa proses ini merupakan hasil akumulasi dari pembelajaran para anggota organisasi. Asumsi ini didasarkan pada kenyataan bahwa anggota organisasi bisa datang dan pergi, kepemimpina bisa berganti, namun memori organisasi telah melanggengkan perilaku tertentu, membentuk peta pemikiran, norma dan nilai disepanjang keberlangsungan suatu organisasi. Selanjutnya Nelson dan Winter (1982) berpendapat bahwa pengetahuan pada level organisasi mengacu pada rutinitas sebagai genetika organisasional, aturan-aturan birokratis dan budaya organisasional.

Berbeda dengan kajian literatur tentang pembelajaran organisasi, berbagai literatur tentang modal intelektual tidak secara eksplisit menjelaskan tentang level analisis konstruk tersebut (Vera dan Crossan, (2011). Salah satu kajian yang bisa dikaitkan dengan pembahasan level analisis konstruk modal intelektual adalah pendapat Kogut dan Zanders (1992) yang menyatakan bahwa pengelompokkan moda intelektual berdasarkan tiga hal yaitu manusia,

struktural dan relasional. Dari tiga hal tersebut, terbentuk hubungan paralel antara pengetahuan individu dan kelompok dengan modal manusia, pengetahuan organisasi dengan modal struktural, dan network knowledge dengan modal relasional. Selanjutnya konsep "intellect", mencakup pengetahuan kognitif, advanced skill, dan sistem pemahaman, dorongan kreativitas, sintesis dan intuisi yang terlatih. Menurut Quinn (1998), meskipun intellect merupakan milik individu, namun dengan adanya hubungan paralel dari tiga level modal intelektual pada sistem, database dan pengoperasioan teknologi organisasi, pengetahuan bisa menjadi milik organisasi.

C. Proses Berpikir dan Berperilaku dalam Konstruk Pembelajaran Organisasional dan Modal Intelektual

Pembelajaran organisasi diasosiasikan dengan perubahan kognisi dan/atau perubahan perilaku anggota organisasi. Crossan (1991) berpendapat bahwa proses pembelajaran organisasi merupakan aktivitas saling mempengaruhi secara dinamis antara sistem keyakinan organisasi, perilaku anggota organisasi dan stimuli dari lingkungan dimana sistem keyakinan dan perilaku merupakan input sekaligus produk dari proses pembelajaran. Selanjutnya pembelajaran yang terjadi pada 3 level yaitu individu, kelompok dan organisasi terhubung dengan 4 proses berpikir yang melibatkan perubahan kognisi dan perilaku. Mintzberg et al (1998) merangkum keempat proses itu dalam kerangka 4I yaitu:

a. Intuisi yang merupakan proses bawah sadar yang berlangsung pada level individual. Tahap ini merupakan permulaan proses belajar dan harus terjadi dalam single mind.
b. Intepretasi merupakan proses menemukan elemen kesadaran dari hasil pembelajaran individual dan membagikannya pada level kelompok.
c. Integrasi merupakan proses perubahan pemahaman kolektif pada level kelompok sekaligus membangun jembatan bagi level organisasi.
d. Institusionalisasi merupakan proses melembagakan proses pembelajaran dalam organisasi dengan mengaitkannya pada sistem, struktur, rutinitas dan praktek organisasi.

Apabila pembelajaran organisasi berfokus pada dua aspek yaitu proses kognisi dan perilaku, konstruk modal intelektual lebih menekankan pada tujuan merubah perilaku individu, setidaknya merubah "corporate languange".

D. Faktor Kritis dalam Pengelolaan Pengetahuan dalam Organisasi

Argumentasi yang menjelaskan gagalnya proses mengeskplorasi pengetahuan dalam organisasi dapat di justifikasi dari pendapat beberapa peneliti antara lain Reige (2005) yang dalam studinya literaturnya membagi hambatan berbagai pengetahuan dalam organisasi menjadi 3 dimensi yaitu hambatan individual, organisasional dan

teknologi. Selanjutnya Wang and Noe (2010) yang meyakini bahwa *sharing knowledge behaviour* dipengaruhi faktor motivasional , faktor lingkungan internal organisasi, dan karakter individu.

Salah satu tantangan utama dalam pengelolaan pengetahuan dalam organisasi adalah transfer *tacit knowledge* dan mentrasnfromasinya menjadi *eksplisit knowledge* yang dapat dikelola, disimpan, dan di distribusikan. Pengelolaan *tacit knowledge* dapat dilaksanakan apabila terdapat budaya yang mendukung aktivitas berbagi pengetahuan dalam organisasi. Salah satu teori yang dapat menjelaskan kondisi yang terjadi sebelum tindakan nyata dalam bentuk perilaku berbagi pengetahuan adalah *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1985). Teori ini berusaha memperediksi perilaku manusia dalam kondisi tertentu. Ajzen berpendapat, intensi merupakan aspek motivasional yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku. Intensi untuk berperilaku akan menjadi perilaku sebenarnya hanya apabila pengendalian untuk perilaku tersebut berada pada individu yang bersangkutan.

Prediksi mengenai seberapa jauh individu berperilaku juga ditentukan oleh faktor-faktor motivasional. Bila terdapat kesempatan, kemampuan dan intensi berperilaku maka kemungkinan perilaku akan muncul.

Berbagai kondisi yang mendasari pilihan individu untuk berbagi atau tidak berbagi pengetahuan dapat dijelaskan pada penelitian Kankanhalli et.al (2005). Asumsi dasar adanya perilaku berbagi informasi adalah perasaan senang untuk membantu orang lain (*altuirsm*). Sementara Gupta dan Govindarajan (2000) berpendapat bahwa perilaku berbagi informasi dapat bermakna kekuasaan sehingga apabila seseorang memilih untuk berbagi pengetahuan, hal ini telah diprediksi oleh individu yang bersangkutan bahwa *sharing knowledge* mungkin akan meningkatkan kekuasaannya berkaitan dengan tingkat keahlian pada bidang tertentu. Meskipun pada kondisi lain pilihan untuk tidak berbagai pengetahuan disebabkan oleh kemungkinan pengetahuan yang dimiliki oleh individu dapat ditiru oleh individu lain yang dianggap sebagai pesaing dalam organisasinya (*fear of losing power*).

Studi lain tentang alasan seseorang untuk berbagi pengetahuan adalah konsep *organization based self esteem* (OBSE) yang diusung oleh Bordia et al (2006). Konsep ini diartikan sebagai kondisi organisasional yang memfasilitasi individu untuk yakin bahwa dirinya mampu dan berharga sebagai anggota organisasi (*sense of worth*). Sehingga apabila suatu organisasi tidak mampu untuk menghadirkan kondisi organisasional yang mendukung adanya perasaan berharga pada diri anggotanya, maka kemungkinan individu dalam organisasi tidak akan mengahdirkan perilaku *knowledge sharing*.

Aspek lain yang menjadi alasan sesorang tidak berbagi pengetahuan dalam organisasi adalah dampak sosial yang mungkin ditimbulkan dengan adanya aktivitas berbgai pengetahuan. Stasser dan Titus (2003) berpendapat bahwa seseorang

cenderung memilih untuk tidak berbagi pengetahuan ketika ia menyadari bahwa infromasi yang dimilikinya mungkin akan berbeda dengan pengetahuan yang dimiliki oleh individu lain, atau kelompok yang ada dalam organisasi. apabila suato organisasi tidak memfasilitasi adanya rasa aman terhadap perbedaan, maka *sharing knowledge* yang berpotensi mengadirkan ide-ide baru, kreativitas dan inovasi tidak akan berjalan.

Ketiadaan *sharing knowledge* dalam organisasi juga dapat disebabkan oleh individu dengan karakter *high in learning goal orientation* (Wasko dan Faraj, 2000). Karakter ini berfokus pada aktivitas mendemonstrasikan kemampuannya dan berkinerja efektif namun tidak mau terlibat dalam aktivitas berbagi pengetahuan dengan individu lain. Individu dengan karakter ini menganggap aktivitas berbagi pengetahuan hanya akan menghabiskan banyak waktu dan tenaga sehingga ia lebih banyak terlibat dalam aktivitas yang memberi benefit untuk dirinya sendiri dan berupaya untuk memenuhi harapan organisasi secara individual.

PENUTUP

Pengelolaan intangible asset dalam organisasi berarti mempersiapkan sumberdaya yang bernilai sehingga mampu meraih keunggulan bersaing organisasi. Dengan memahami proses individu dan kelompok memperoleh dan berbagi pengetahuan, organisasi dapat secara optimal menciptakan lingkungan yang mendukung proses berpikir dan berperilaku yang mengarah pada tujuan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Absah, Yeni, 2007. Pengaruh Kemampuan Pembelajaran Organisasi terhadap Kompetensi, Tingkat Diversifikasi dan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta di Sumatera Utara.

Ahmadi, A.A, Ahmadi, F, Shakeri, S, 2011. The Survey of relationship Between Intellectual Capital and Organizational Performance within National Iranian South Oil Company, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vo. 3 No. 5 September 2011

Allameh, S.M., Abbasi, S., Shokrani, S.A.R, 2010. The Mediating Role of Organizational Learning Capability Between Intellectual Capital and Job Satisfaction, European Journal of Social Science, Vol. 17, N0.1, 2010

Al-Nsour, M.M, Weshah, G.A, 2011. Learning Organization and Intellectual Capital : AN Empirical Study Of Jordanian Banks, Europeasn Journal of Business and Management, Vol3, No.8, 2011

Ahmadi, A.A and Habibi, F,. The the Role of Intellectual Capital on Improvement Performance of Agricultural Bank in Iran, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vo. 3 No. 5 September 2011

Amiri, A.N, Jandghi, G, Alvani, S.M., Hosnawi, R, Ramezan. M, 2010. Increasing the Intellectual Capital in organization : examining The Role of Organizational

Learning, European Journal of Social Sciences, Vol. 14. No. 1, 2010

Amit, R. and P.J.H. Schoemaker, 1993. Strategic Assets and Organizational Rent, *Strategic Management Journal*, Vol.14, pp.33-46.

Anthony R.N and V. Govindarajan, 2001. *Management Control Systems*, Tenth Edition, Chicago, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.

Argyris, C., 1976. Single Loop and Double-Loop Models in Research on Decision Making, *Administrative Science Quarterly*, Vol.21, No.3, September, pp.363-375.

Barney, 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol.17, No.1, pp.99-120.

Chaston, L. and B. Badger, 1999. Organizational Learning: Research Issues and Application in SME Sector Firms, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol.5, No.4, pp.191-203.

Cleveland, J. and P. Plastrik, 1995. Learning, Learning Organization and TQM In A.M. Hoffman and D.J. Julius (Eds), *Total Quality Management Implications for Higher Education*, Maryville, MO: Prescott, pp. 233-243.

Contic dan Cabrilo, 2009. A strategic Model for measuring Intellectual Capital in Serbian Indsutrial Enterprise, Economic Annals, Volume LIV, No.183/2009

Cunningham, J.B. and P. Gerrard, 2000. Characteristics of Well-Performing Organisations in Singapore, *Singapore Management Review*, Vol.22, No.1, pp.35-64.

Garvin, D.A., 1993. Building a Learning Organization, *Harvard Business Review*, Vol.17, July-August, pp.78-91.

Ghozali, I., 2006. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Grant, R.M., 1991. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation, *California Management Review*, spring, pp.114-135.

Harung, H.S., 1996. A World Leading Learning Organisation: A Case of Tomra Systems, Olso-Norway, *The Learning Organization*, Vol.3 No.4, pp.22-34.

Hitt, M.A., B.W. Keats, and S.M. DeMarie, 1998. Navigating in the New Competitive Landscape: Building Strategic Flexibility and Competitive Advantage in the 21st Century, *Academy of Management Executive*, November, pp.22-42.

Klalique, M, Shaari, J.A.N, Hassan, A, Ageel, A, 2011. Role Intellectual Capital on The organizational Performance of Electrical and Electronic SMEs in Pakistan, International Journal Of Business and Management, Vol 6. No. 9, September 2011.

Khandekar, A. and A. Sharma, 2006. Organizational Learning and Performance: Understanding Indian Scenario in Present Global Context, Education & Training, Vol.48 No.8/9, pp.682-293.

Njuguna, J.I., 2009. Startegic Positioning for Sustainable Competitive Adavantage : An Organizational Learning Approach, Journal of Buisness Management, Vo;.2

López, S.P., José M. Péon, and Camilo José Vazquez Ordás, 2005. Organizational Learning as a Determining Factor in Business Performance, *The Learning Organization*, Vol.12 No.3, pp.227-145.

Luthans, F., 1998. *Organizational Behavior*, Seventh Edition, International Edition, New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

Pedler, M., J. Burgoyne and T. Boydell, 1991. *The Learning Company: A Strategy for Sustainable Development*, New York: McGraw-Hill.

Prieto, I.M. and E. Revilla, 2006. Learning Capability and Business Performance: a Non-Financial and Financial Assessment, *The Learning Organization*, Vol.13 No.2, pp.166-185.

Rahardian, 2010, Analisis pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Perusahaan; Suatu Analisis dengan pendekatan partial Least Squares, Skripsi Undip

Senge, P.M., 1990. The Leader's New Work: Building Learning Organizations, *Sloan Management Review*, Fall 32 (1), pp.7-23.

Stata, R., 1989. Organizational Learning: The Key to Management Innovation, *Sloan Management Review*, Spring, pp. 31-39.

Vera, D. And Crossan, M. Organizational Learning, Knowledge M|anagement and Intellectual Capital : An Integrative Conceptual Model

Waterhouse, J. and A. Svendsen, 1998. Strategic Performance Monitoring and Management: Using Non Financial Measures to Improve Corporate Governance, Quebec: *The Canadian Institute of Chartered Accountant*.

STRATEGICS MANAGEMENT

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS

"SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

Purwokerto, 21 November 2012

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

DAN

HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

ANALYSIS OF THE INTERNATIONALIZATION STRATEGY OF THE ENGAGEMENT AND OWNERSHIP OF FAMILY IN EAST JAVA WITH VARIABLE CONTROL OF INNOVATION, SALES, AND ASSETS : REVIEW OF AGENCY THEORY

N. Agus Sunarjanto[1)] Herlina Yoka Roida[1)]
Astri Christiana[2)]
email : n_agus_sunarjanto@yahoo.co.id
1) Dosen tetap Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya
2) Alumni Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya

ABSTRACT

This paper analysis the relationship between the internationalization strategies of SME's and type of family ownership. The hypothesis of the study draws that the international involvement of SMEs is negatively related to the type of family ownership. The population used in this study is the SMEs located in East Java, which is listed in the Department of Cooperatives and Micro, Small, and Middle East Java province in 2009 and involved in international trade. As a result, internationalization is negatively related to family ownership and it is support the hyphothesis, respectively.

Keywords : *Ownership Types, propensity to export, export intensity,*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis hubungan antara strategi internasionalisasi UMKM dan tipe kepemilikan keluarga . Hipotesis dari penelitian ini adalah keterlibatan internasional UMKM berhubungan negatif dengan tipe kepemilikan keluarga. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar pada Departemen Koperasi dan UMKM tahun 2009 yang terlibat dalam perdagangan internasional (melakukan eksport).. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi internasionalisasi tidak dapat dijelaskan dengan bentuk kepemilikan keluarga **,** tetapi pada model 1 dapat dijelaskan oleh variabel kontrol, sedangkan pada model 2 variabel yang berpengaruh yaitu inovasi dan penjualan.

Kata kunci : Tipe kepemilikan keluarga, propensity to exsport, export intensity,

PENDAHULUAN

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Sebuah publikasi yang dikeluarkan oleh harian *KOMPAS* (14 Desember 2007) kontribusi UMKM dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia mencapai 85 juta atau 96,18% dan kontribusi terhadap pendapatan domestik bruto mencapai 53,28% Dengan demikian upaya untuk memberdayakan UMKM harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik makro, dan mikro.

Hal ini sebenarnya merupakan cerminan dari sifat adaptif dan fleksibel UMKM dalam menghadapi persaingan usaha sejalan dengan pertumbuhan liberalisasi pasar yang membuka peluang UMKM untuk menjalankan strategi internasionalisasi. Ukuran usaha tidaklah menjadi hambatan bagi perusahaan untuk melakukan persaingan sampai ke internasional, namun untuk dapat bersaing secara global diperlukan adanya indentifikasi faktor-faktor yang menjadikan UMKM tersebut kesulitan dalam melakukan akses sampai ke internasional (Bonaccorsi, 1992; Knight, 2001; Lu dan Beamish, 2001).

Dalam pengambilan keputusan mengenai keterlibatan internasional suatu UMKM, maka *ownership structure* menjadi sesuatu yang perlu ditekankan. *Ownership structure* pada prinsipnya mencerminkan struktur kepemilikan mayoritas. Dalam hal ini *ownership structure* dilihat dari perspektif yang berbeda yaitu dari bentuk/tipe kepemilikannya. Apakah tipe kepemilikan tersebut mempengaruhi UMKM dalam mengambil keputusan untuk terlibat secara internasional. Sehingga tipe kepemilikan menjadi salah satu faktor yang menarik, karena tipe kepemilikan dari UMKM sangat menentukan strategi dan kinerja dari UMKM. Thomson dan Perdersen (2000) mengatakan bahwa tipe kepemilikan menentukan strategi usaha dan kinerja usaha suatu bentuk usaha yang berhubungan dengan keengggganan pemilik terhadap risiko.

Tipe kepemilikan UMKM umumnya sama dengan tipe kepemilikan perusahaan, yang dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu kepemilikan keluarga, kepemilikan korporasi, dan kepemilikan kombinasi antara keluarga dan presentase tertentu yang dimiliki oleh korporasi (*corporate blockholder*). Dalam penelitian ini lebih menekankan pada tipe kepemilikan keluarga dikarenakan UMKM di Jawa Timur mayoritas dimiliki dan dikelola oleh keluarga. Penelitian yang dilakukan akan berkontribusi bagi pembentukan *corporate governance* UMKM yang pada akhirnya akan membantu penguatan UMKM dalam bersaing secara internasional. UMKM yang terdapat di Jawa Timur dapat memiliki strategi bersaing yang dapat di aplikasikan untuk terlibat dalam internasional.

Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

Strategi Internasional

Kebijakan pemberdayaan koperasi dan UMKM dalam tahun 2005 secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan perdesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional dalam tahun 2005. Dalam kerangka itu, pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah, khususnya di sektor pertanian dan perdesaan. Namun dengan adanya pencanangan tersebut, UMKM menghadapi masalah klasik yaitu terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, rendahnya produktivitas, penguasaan teknologi, rendahnya kualitas SDM, dan buta akan aspek hukum usaha termasuk dalam hal perijinan dan informasi pasar (*KOMPAS*, 29 Februari 2008). Selain itu terdapat pula masalah klasik lainnya yaitu sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh UMKM sehingga UMKM pada umumnya memilih jenis usaha yang sumber dayanya mudah didapatkan dan hanya menggunakan kemampuan yang relatif sederhana.

Masalah-masalah yang dihadapai oleh UMKM diatas dapat menjadi hambatan untuk mampu menentukan strategi bersaing secara global. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan strategi internasionalisasi. Ada dua pendapat mengengenai teori internasionalisasi perusahaan yang dikenal dengan teori internalisasi atau *internalization theory* (Bucley dan Casson , 1976) dalam Fernandez dan Nieto (2006) dan *ecletic theory* (Dunning (1977,1981) dalam Fernandez dan Nieto (2006). Teori internalisasi muncul dikarenakan berkembangnya perusahaan besar pada era tahun 1970 yang dapat mengancam keberadaan UMKM.

Proses internasionalisasi merupakan suatu proses belajar untuk sebuah UMKM. Faktor-faktor yang menjelaskan tentang internasionalisasi seperti *age*, *size*, dan sektor industri yang dipilih menjadi aspek yang digunakan dalam penelitian di negara lain (Fernandez dn Nieto, 2006). Strategi internasionalisasi UMKM juga perlu memperhatikan aspek kepribadian karena akan sangat berpengaruh dalam menentukan pencapaian kerja UMKM dalam menjalankan strategi internasionalisasinya.

Sedangkan untuk *Ecletic theory* dalam strategi internasionalisasi lebih menekankan pada sumber daya *intangible* dan pengetahuan UMKM dalam menentukan pasar dan jaringan yang akan dipilih dalam memasarkan produknya. Pemahaman ini didasarkan pada kebutuhan untuk menjaga kesinambungan sumber daya (*resource endowment*) sehingga perlu dilakukan motivasi untuk melakukan internasionalisasi menjadi semakin kuat.

Corporate Governance

Corporate governance muncul karena adanya pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau sering dikenal dengan istilah masalah agensi. Masalah keagenan dalam hubungannya antara pemilik dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pihak pemilik dalam memastikan kinerja dari manajer. *Corporate governance* diperlukan untuk mengurangi masalah keagenan antara pemilik dengan manajer.

Beberapa konsep tentang *corporate governance* antara lain yang dikemukakan oleh Shleifer dan Vishny (1997) yang menyatakan *corporate governance* berkaitan dengan cara atau mekanisme untuk meyakinkan para pemilik dalam memperoleh hasil yang sesuai. Selain itu *corporate governance* (Tjager, 2005) didefinisikan sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada pemilik. Pengertian lainnya dikemukan oleh *Price Waterhouse Coopers* dalam Surya dan Yustiavandana (2006) yang menyatakan bahwa *corporate governance* terkait dengan pengambilan keputusan yang efektif. Yang dibangun melalui kultur organisasi, nilai-nilai, sistem, berbagai proses dan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk mencapai bisnis yang menguntungkan, efisien, dan efektif dalam mengelola risiko dan bertanggungjawab dengan memperhatikan kepentingan pemilik. *Corporate governance* juga merupakan masalah yang timbul sebagi akibat dari pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda, adanya perbedaan kepentingan tersebut maka muncul masalah pada tipe kepemilikan yang berbeda. Masalah tata kelola pada tipe kepemilikan yang dikuasai oleh satu keluarga (*family blockowners*) umumnya akan mengalami kesulitan dalam memantau kinerja perusahaan dikarenakan tidak adanya pemisahan antara pemilik dan manajer, kecuali perusahaan merekrut manajer dari pihak luar keluarga. Sehingga masalah keageanan pada kasus kepemilikan keluarga berpotensi menjadi *zero agency cost base case*. Pada dasarnya perusahaan yang terkonsentrasi pada kepemilikan keluarga lebih fokus pada kemakmuran keluarga, identitas keluaraga, sehingga apabila terjadi masalah agensi pada perusahaan ini akan sangat sulit untuk di monitor dikarenakan pemilik merangkap sebagi manajer perusahaan (Davis, Schroorman, & Donaldson, 1997; Shleifer & Vishny, 1997).

Tipe Kepemilikan

Tipe kepemilikan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (1) tipe kepemilikan keluarga (*family ownership*), (2) tipe kepemilikan korporasi (*corporate ownership*), dan (3) tipe kepemilikan campuran antara keluarga dan korporasi (*corporate blockholder*). Dari setiap tipe kepemilikan akan menentukan strategi UMKM dan kinerja yang

berhubungan dengan risiko dalam pengambilan keputusan. Tipe kepemilikan juga sangat berpengaruh terhadap sistem insentif dan control atas operasional perusahaan.

Menurut Poza (2004) dalam Fernandez dan Nieto (2006), kepemilikan keluarga memiliki keunggulan antara lain orientasi jangka panjang, fleksibilitas, kecepatan dalam pengambilan keputusan, dan struktur keluarga yang memiliki komotmen dan kebanggaan. Tetapi tipe kepemilikan keluarga juga memiliki beberapa kelemahan, yang paling utama dalam akses pendanaan dari luar dan akses sumber daya yang diperlukan guna kelangsungan usaha mengenai pengetahuan teknologi, merek yang jarang dikenal serta keterbatasan kapabilitas sumber daya manusia. Konflik antara kepentingan usaha dan pribadi umumnya menjadi tidak ada, dikarenakan UMKM yang dimiliki oleh keluarga memiliki sumber daya manusia yang tidak memiliki pengalaman secara internasioanl. Pengambilan keputusan keuangan juga akan tergantung pada kepentingan keluarga yang tidak ada kontrol dari pihak lain. Dengan demikian hambatan ini manjadikan UMKM dengan tipe kepemilikan keluarga tidak memiliki keterlibatan secara internasional dalam perilaku strategiknya.

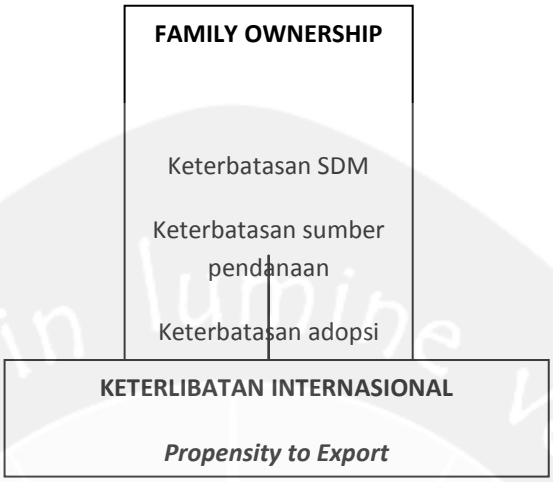
Untuk UMKM dengan tipe kepemilikan korporasi tidak akan mengahadapi kendala seperti yang dihadapi oleh UMKm dengan tipe kepemilikan keluarga. Tipe kepemilikan korporasi lebih mudah dalam akses pendanaan karena ada jaminan dari pemegang saham. Tipe kepemilikan ini juga memungkinkan UMKM mendapat akses teknologi, komersial maupun pengetahuan organisasional (Allen dan Phillips, 2000). Dengan memiliki struktur organisasi yang baik dan kendali atas kualitas produk yang tinggi dalam pemilihan manajemen organisasi, maka akan memungkinkan akses yang lebih luas untuk masuk dalam pasar modal dalam hal pendanaan maupun dalam keterlibatan internasional.

Blockholder ownership atau kepemilikan keluarga dengan sebagian dimiliki oleh pihak luar memungkinkan bentuk UMKM seperti ini untuk mendapatkan keuntungan yaitu: (1) *corporate blockholer* akan membantu dalam strategi untuk menghadpi pasar luar negeri terutama mengenai masalah sumber daya, (2) *corporate blockholder* memungkinkan untuk membantu pemecahan masalah konflik kepentingan dalam system kepemilikan keluarga yang relative tradisional. Sehingga UMKM dengan bentuk ini akan mampu untuk menjalankan strategi internasionalisasi dan mampu bersaing secara global. Dalam penelitian ini lebih menekankan pada tipe kepemilikan keluarga karena mayoritas UMKM yang berada di Jawa Timur masih dikuasai oleh keluarga.

Hipotesis

Keterlibatan internasional UMKM berhubungan negatif dengan bentuk kepemilikan keluarga *(family ownership)*

Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fernandez dan Nieto (2006). Dimana belum ada penelitian yang melihat pengaruh dari tipe kepemilikan terhadap strategi internasional. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian dengan menggunakan hipotesis dimana rancangan penelitian menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada UMKM yang berada di Jawa Timur. Dan penelitian ini menekankan pada pengujian hipotesis yang menyatakan suatu hubungan.

Terdapat tiga strategi utama internasionalisasi yaitu ekspor, lisensi dan *foreign direct investment* (FDI). Penelitian ini hanya memfokuskan pada strategi ekspor ekspor selama tiga tahu berturut-turut yaitu mulai tahun 2007 hingga 2009. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan pengujian model 1 dilakukan dengan regresi logistik untuk mengklarifikasi keputusan ekspor didasarkan pada variable-variabel UMKM yang berpotensi karena strategi ini paling umum dilakukan oleh UMKM (Fernandez dan Nieto, 2002)

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2910 UMKM yang terdaftar dalam Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah propinsi Jawa Timur yang terlibat dalam perdagangan internasional. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penilitian ini sebanyak 315 UMKM yang melakukan ekspor. Dari 315 kuesioner yang telah didistribusikan, sebanyak 60 kuesioner telah kembali. 23 mengatakan tidak ekspor dan 37 mengatakan ekspor.

Hasil observasi berdasarkan kuisioner yang kembali sebanyak 60 kuisioner , terdiri dari 36 UMKM yang melakukan ekspor dan 23 UMKM yang tidak melakukan mempengaruhi pengambilan keputusan untuk ekspor. Sedangkan model 2 diuji dengan menggunakan regresi linier berganda untuk untuk menentukan determinan *export intensity* yang didasarkan pada tipe kepemilikan sebagai penentu dimensi perilaku dalam melakukan ekspor. Disamping itu, temuan menarik

lainnya adalah mengenai klasifikasi skala usaha antara pihak UMKM memandang dirinya dan skala UMKM berdasarkan ketentuan pemerintah UU pasal 6 No. 20 tahun 2008, berbeda dalam mendefinisikan skala usaha seperti yang terlihat pada Tabel 1 dan Tabel 2. yaitu 63.3% mendefiniskan dirinya berskala kecil, namun berdasarkan kriteria menurut undang-undang terdapat perbedaan skala berdasarkan aset yaitu dominasi terbanyak skala usaha adalah kecil (51.4%) dan berdasarkan penjualan katergori terbanyak adalah skala usaha mikro (67%).

Tabel 1
Skala UMKM menurut pengelola UMKM di Jawa Timur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mikro	21	19.3	19.4	19.4
	Kecil	69	63.3	63.9	83.3
	Menengah	18	16.5	16.7	100.0
	Total	108	99.1	100.0	
Missing	System	1	.9		
Total		109	100.0		

Sumber: data diolah

Tabel 2
Skala UMKM berdasarkan kriteria Aset dan Penjualan UMKM di Jawa Timur

Skala Usaha (bedasarkan UU pasal 6 No. 20 tahun 2008)	**Aset**	**Penjualan (penghasilan)**
Mikro	28.4%	**67.0%**
Kecil	**51.4%**	30.3%
Menengah	19.3%	1.8%

Sumber: Data diolah,

Berdasarkan hasil observasi, selama tiga tahun terdapat 51 data export dan 58 data tidak melakukan ekspor yang keseluruhannya dimiliki oleh keluarga atau dengan tipe kepemilikan keluarga. UMKM yang melakukan ekspor memiliki intensitas ekspor sebesar 56.76% dari total keseluruhan penjualan dengan hanya menyisihkan dana untuk riset dan pengembangan (*R&D*) sebesar 1% dari total penjualan. Ini menunjukkan investasi pada pengembangan masih sangat kecil, sementara keberlanjutan dalam kegiatan ekspor sangat ditentukan oleh spesifikasi yang ditopang inovasi

Model satu terdapat 111 data tahun perusahaan (2007-2009), tetapi karena ada beberapa UMKM yang tidak melakukan pengisian data secara lengkap selama tiga tahun berturut-turut maka muncul *missing*

data sehingga diperoleh data akhir sebanyak 108 tahun perusahaan. Sedangkan untuk model dua dari 37 UMKM yang menyatakan melakukan ekspor, hanya 17 UMKM yang memberikan data. Hal ini terlihat dari penjualan ekspor dan total penjualan dari tahun 2007-2009. Dari 17 UMKM tidak semuanya memberikan data tiga tahun berturut-turut sehingga diperoleh data akhir sebanyak 51 tahun perusahaan.

Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini di identifikasikan menjadi tiga, yaitu:

1. Variabel terikat (Y)

Terdapat dua variabel terikat (Y) karena menggunakan dua model analisi dalam penelitian ini. Variabel terikat untuk model pertama (Y_1) adalah *propensity to export* (PEXP). Dan variable terikat untuk model dua (Y_2) adalah *intensity export* (EXPINT).

2. Variabel bebas (X_1)

Baik dalam model satu ataupun model dua menggunakan variable bebas yang sama, yaitu variabel kepemilikan keluarga (FAM)

3. Variabel kontrol

Variabel kontrol juga digunakan pada model satu dan model dua. Barangkali variabel kontrol menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan strategi internasional. Dimana variabel kontrol digunakan untuk memperjelas hubungan antara tipe kepemilikan keluarga dengan keterlibatan internasional dan intensitas ekspor UMKM. Variabel kontrolnya antara lain:

a) X_2 = Inovasi (R&D)

b) X_3 = Penghasilan/penjualan (*sales*)

c) X_4 = *Assets* (*assets*)

Definisi Operasional

1. *Propensity to export* (PEXP) yang mengindikasikan apakah usaha mikro di Jawa Timur melakukan export atau tidak.
2. *Export intensity* (EXPINT) yaitu suatu ukuran rasio penjualan ekspor terhadap total penjualan UMKM di Jawa Timur.
3. Kepemilikan keluarga (FAM) yaitu struktur tipe kepemilikan yang dalam hal ini bila proporsi kepemilikan mayoritas dikuasai oleh keluarga maka perusahaan tersebut dimasukan dalam kategori kepemilikan keluarga (minimal 51%).
4. Inovasi (R&D) yaitu variabel yang menjelaskan kinerja ekspor dan untuk mengontrol dampak inovasi dalam perilaku strategik. Pada penelitian terdahulu dan kebanyakan penelitian lainnya, menyimpulkan bahwa inovasi merupakan faktor yang sangat penting dalam menjelaskan kinerja ekspor (Ito, dan Pucik, 1993; Wakelin, 1998; Molero, 1998; Basile, 2001).
5. Penghasilan/penjualan (*sales*) yaitu variabel yang menjelaskan mengenai total penjualan tahunan. Variabel ini dapat merefleksikan efektifitas pengelolaan perusahaan yang sangat ditentukan oleh kemampuan finansial dan kapasitas pengelola perusahaan. Ang et. Al (2000).
6. *Assets* (*assets*) yaitu variabel yang digunakan untuk mengetahui kekayaan bersih yang dimiliki oleh UMKM (tidak termasuk tanah dan bangunan). Variabel ini juga merupakan indikator efektifitas pengelolaan perusahaan guna

menghasilkan kekayaan Ang et. Al (2000).

Model Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan dua model. Model yang pertama digunakan untuk melihat apakah bentuk/ tipe kepemilikan mempengaruhi pengambilan keputusan UMKM mengenai keterlibatan internasional. Sedangkan untuk model dua digunakan untuk menentukan determinan *export intensity*.

Model 1 akan dianalisis dengan menggunakan regresi logistik untuk menentukan apakah UMKM mengambil keputusan untuk melakukan export atau tidak

Model 1: $Y_1 = \beta_0 + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \beta_3(X_3) + \beta_4(X_4) + \varepsilon_i$

Dimana:

Y_1 = *Propensity to export* (PEXP)

X_1 = Kepemilikan keluarga (FAM)

X_2 = Variabel kontrol inovasi (R&D)

X_3 = Variabel kontrol penghasilan/ penjualan (*sales*)

X_4 = Variabel kontrol *assets* (*assets*)

Model 2 akan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dengan memasukkan variabel independen dan kontrol untuk mengetahui seberapa besar intensitas ekspor suatu UMKM.

Model 2: $Y_2 = \beta_0 + \beta_1(X_1) + \beta_2(X_2) + \beta_3(X_3) + \beta_4(X_4) + \varepsilon_i$

Dimana:

Y_2 = *Export intensity* (EXPINT)

X_1 = Kepemilikan keluarga (FAM)

X_2 =Variabel kontrol inovasi (R&D)

X_3 = Variabel kontrol penghasilan/ penjualan (*sales*)

X_4 = Variabel kontrol *assets* (*assets*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis logistik dan regresi berganda dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh dari tipe kepemilikan keluarga pada UMKM untuk mengambil keputusan dalam melakukan keputusan ekspor dan pada besarnya intensitas ekspor UMKM. Hasil dari model 1 dan model 2 dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3.
Hasil Analisis Model 1 dan Model 2

	PEXP (Model 1)	**EXPINT (Model 2)**
Family ownership		
R & D	1696.256 (0.996)	- 6.378 * (0.001)
Assets	0.795 (0.056)	- 0.088 (0.368) (kecil) - 0.155 (0.230) (menengah)
Sales	- 1.401 * (0.020)	0.365 * (0.001)
Constanta	0.007 (0.991)	- 0.635 * (0.000)
Nagelkerke R square	0.284	0.337
-2 log likehood	123.532	
Chi-Square t-test	0.000 *	
Fit test (Hosmer	0.242 *	F : 5.857 * (0.001)

test)		
Wald test	0.333	
ExpB	0.895	
t-statistic (prob)		*Constanta* : 0.000 *
		R&D : 0.001*
		*Assets*1 : 0.368
		Assets 2 : 0.230
		*sales*1 : 0.001 *

*) signifikan pada α 5%
Sumber: Data diolah

Seluruh tipe kepemilikan UMKM adalah kepemilikan keluarga sehingga pengaruhnya tidak dapat dijelaskan dengan tipe kepemilikan .. Pada tabel 3 dapat dijelaskan model 1 maupun model 2, keputusan untuk melakukan ekspor dan intensitas UMKM untuk ekspor tidak dipengaruhi oleh bentuk/tipe kepemilikan, dengan tingkat signifikansi 5%, nilai -2 Log Likelihoodnya sebesar 123,532 yang berarti model signifikan pada alpha 5% (p > 0,05) dan model dapat dikatakan *fit*. Sehingga keterlibatan internasional berhubungan negatif terhadap tipe kepemilikan menjadi tidak terdukung. Ternyata pengambilan keputusan suatu UMKM untuk melakukan ekpor tidak dipengaruhi oleh tipe kepemilikan keluarga. Tetapi lebih dipengaruhi oleh variabel kontrol dalam model satu yaitu *SALES* yang berkontribusi negatif terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan ekspor.

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan hasil persamaan regresi logistik dan regresi linier berganda sebagi berikut:

Model 1:

PEXP = 0.007 + 1696.256R&D + 0.795Assets – 1.401*sales* + ε_i

Model 2:

EXPINT = – 0.635 – 6.378R&D + 0.365 *Sales* – 0.088 *asset*1 – 0.155 *assets*2

Pada Tabel.3. dilihat dari Exp(B) yang menunjukan angka 0,895 (odds ratio 1: 0.895) ini berarti ada atau tidaknya tipe kepemilikan tidak dapat mempengaruhi suatu UMKM terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan ekspor. , akan tetapi keputusan keterlibatan internasional dikontrol oleh penghasilan/ penjualan (*sales*) UMKM. Keseluruhan data menjelaskan bahwa tipe kepemilikan keluarga tidak bisa menjelaskan pengaruh suatu UMKM dalam pengambilan keputusan untuk melakukan ekspor. Penjualan/penghasilan (*sales*) memiliki peran negatif dalam UMKM untuk mengambil keputusan dalam melakukan ekspor..

Tetapi sebaliknya pengambilan keputusan lebih dipengaruhi oleh variabel kontrol yang dimasukan dalam model. Hal ini bisa jadi karena adanya pihak luar atau sering disebut pengepul yang membantu UMKM dalam melakukan ekspor. Peran pengepul sangat disadari oleh UMKM sebagai pihak yang membantu dalam keterlibatan secara internasional. Dimana keterlibatan internasional adalah sebagai proses

belajar. Untuk model satu terdapat variabel kontrol yang signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu penjualan/ penghasilan (*sales*) dengan nilai koefisien sebesar -1,401.
Penjualan/ penghasilan (*sales*) memiliki peran negatif dalam UMKM untuk mengambil keputusan dalam melakukan ekspor. Hal ini dapat menjelaskan bahwa keputusan UMKM untuk terlibat secara internasional akan memberi pengaruh negatif karena keputusan internasional adalah untuk mencari pasar baru. Sehingga pada saat UMKM tersebut memutuskan untuk terlibat secara internasional maka akan berdampak pada berkurangnya pasar domestik yang sudah dimiliki oleh UMKM. Hal ini mendukung teori internasionalisasi perusahaan yang dikenal dengan teori internasionalisasi atau *internalization theory* (Bucley dan Casson, 1976) dalam Fernandez dan Nieto (2006) yang mengatakan bahwa teori internalisasi muncul dikarenakan berkembangnya perusahaan besar pada era tahun 1970 yang dapat mengancam keberadaan UMKM. Sehingga pada saat UMKM merasa terancam akan keberadaan perusahaan besar maka mereka harus memutuskan untuk mencari pasar baru tetapi mereka harus menerima risiko akan kehilangan pasar domestik yang selama ini menjadi pasar utama bagi UMKM.

Model dua secara signifikan dapat menjelaskan dimensi perilaku ekspor berupa intensitas ekspor dari UMKM di Jawa Timur. Pengaruh suatu UMKM terhadap intensitasnya melakukan ekspor tidak dapat dijelaskan dari tipe kepemilikan UMKM tersebut. Intensitas ekspor suatu UMKM lebih ditentukan dari *R&D* yang berperan negatif dalam perilaku ekspor serta pertimbangan penghasilan/penjualan (*sales*) yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap intensitas ekspor. Pada model dua tipe kepemilikan keluarga juga tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, tetapi besarnya intensitas UMKM untuk melakukan ekspor lebih mempertimbangkan aspek inovasi (R&D) yang memiliki peran negatif dalam perilaku ekspor dan penghasilan/ penjualan (*sales*) yang memberikan kontribusi positif. Peran yang negatif dari variabel kontrol inovasi (R&D) dikarenakan UMKM menganggap inovasi sebagai biaya transaksi, apabila UMKM mengeluarkan biaya untuk R&D maka akan mengurangi biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh UMKM

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka simpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data bahwa UMKM di Jawa Timur memiliki struktur kepemilikan yang seluruhnya di pegang oleh keluarga. Keputusan untuk terlibat dalam strategi internasional khususnya ekspor tidak dpat dijelaskan oleh tipe kepemilikan.
2. Dari tipe kepemilikan berupa kepemilikan keluarga menyebabkan tipe kepemilikan keluarga tidak menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan untuk

terlibat secara internasional sehingga hipotesis tidak terdukung. Tetapi ada variabel lain yang mengklarifikasi pengaruh pengambilan keputusan tersebut yaitu penghasilan/ penjualan (*sales*) yang berperan negatif signifikan.

3. Untuk model satu, tipe kepemilikan tidak bisa menjelaskan pengaruhnya dalam pengambilan keputusan untuk terlibat secara internasional. Tetapi keputusan suatu UMKM untuk terlibat secara internasional lebih mempertimbangkan variabel penghasilan/ penjualan (*sales*) yang berkontribusi negatif.
4. Intensitas ekspor suatu UMKM untuk model dua juga tidak bisa dijelaskan oleh tipe kepemilikan. Intensitas ekspor suatu UMKM lebih mempertimbangakan variabel inovasi dan penghasilan/ penjualan (*sales*) yang signifikan mempengaruhi intensitas ekspor.
5. Terdapat perbedaan definisi skala usaha berdasarkan kriteria pemerintah atas dasar aset dan penghasilan/penjualan yang berpotensi terjadinya ketidakefisienan pengelolaan UMKM.

Saran

1. Pemerintah perlu melakukan kajian ulang mengenai difinisi skala, guna memperkuat potensi UMKM
2. Potensi penguatan UMKM dapat dilakukan melalui orang tua angkat dalam bentuk joint venture guna memperkuat UMKM dalam hal pendanaan dan Investasi.

DAFTAR PUSTAKA

Allen, J. Philips, GM., (2000) ”Corporate equity ownership, strategic alliance and product market relationship”, *Journal of Finance* 55 (6): 2791-2815

Ang, J. S., Cole, R. A., and Lin, J. W (2000), “Agency costs and ownership structure” *The Journal of Finance* Vol. LV. No. 1: 81-106

Bonaccorsi, A. (1992) “On the relationship firm size and export intensity” *Journal of International Business Studies* 23 (4): 605-635

Cazzura, A. C., Maloney, M., and Manrakhan, S (2007) “Causes of the difficulties in internationalization” *Journal of International Business Studies* 37: 340-351

Fernandez, Z and Nieto, M. J., (2006), “Impact of ownership on the international involvement of SME’s, *Journal of International Business Studies* 37 (3): 340-360

Jensen, M. C., and Meckling, W. H., (1976), “Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure”, *Journal of Financial Economics* 3 (4): 305-360

Knight, G., (2001), “Entrepreneurship and strategy in the international SME’s, *Journal of International Management* 7 (3): 155-172

KOMPAS, 14 Desember 2007, “Usaha Mikro: Akselerasi pembiayaan UMKM” oleh Djoko Retnadi (2007)

KOMPAS, 29 Februari 2008, “Fokus: Masalah besar di usaha kecil”

Lu, J. W. and Beamish, P. W., (2001), “The internationalization and performance of SME’s, *Strategic Management Journal* 22(6/7): 565-586

Luo, X., Chung, C. N., and Sobczak, M (2009), “How do corporate

governance model differences affect foreign direct investment in emerging economies?", *Journal of International Business Studies* 40: 444-467

Shleifer, A. dan R.W. Vishny (1997), "A survey of corporate governance", *Journal of Finance*, Vol.52. No.2. Juni, hal. 737-783

Surya, Indra dan Yustianda. I (2006), "Penerapan good corporate governance: mengesampingkan hak-hak istimewa demi kelangsungan usaha", Jakarta: Prenada Media Group

Thomsen, S. and Pedersen, T., (2000), "Ownership structure and economic performance in the largest European companies", *Strategic Management Journal* 21 (6): 689-705

Tjager, Nyoman, dkk (2003), "Corporate governance: tantangan dan kesempatan bagi komunitas bisnis indonesia", Jakarta:Prenhallindo

Wu, F., Sinkovics, R., Cavusgil, S. T., and Roath, A. S., (2007), "Overcoming export manufacturers' dilemma in international expansion", *Journal of International Business Studies* 38: 283-302

Zhang, Y., Li, H., Hitt, M. A., and Cui, G., (2007), " R&D intensity and international joint venture performance in an emerging market: moderating effects of market focus and ownership structure", *Journal of International Business Studies* 38: 944-960

ORGANIZATIONAL LEARNING BASED ON INTELLECTUAL CAPITAL AS THE SRATEGICS ROLE TO ACHIEVE SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGES

Ekaningtyas Widiastuti[1)]

Sulistyandari[1)]
Retno Widuri[1)]
E-mail: widtyas@gmail.com
sulistyandari@yahoo.com
[1)]Lecturer of Economics Faculty in Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

Organizations are required to be competitive and responsive to the ever-changing global competition every time. To win the competition, organizations must have a competitive advantage and certain organizations seek to achieve a variety of ways or strategies. Organizational learning are increasingly widely regarded as one of the basic sources of sustainable competitive advantage. Intellectual capital is a part of investment obtained through a process of organizational learning and is essential to maintaining a competitive advantage in the current competitive environment. However, many are not clearly linked to organizational learning sustainable competitive advantage. Therefore, this paper aims to explore and discuss the role of intellectual capital through the process of organizational learning in developing knowledge resources and capabilities towards achieving sustainable competitive advantage. The method used is the integration of theories. This paper proposes that the intellectual capital through organizational learning process capable of renewing organizational knowledge, intellectual ability needed to create value and compete, which in turn delivers superior performance, have a sustainable competitive power and hard to imitate by other organizations.

Keywords: *Organizational learning, intellectual capital, sustainable competitive advantage*

ABSTRAK

Organisasi dituntut untuk dapat bersaing dan tanggap terhadap persaingan global yang selalu berubah setiap waktu. Untuk memenangkan persaingan, organisasi harus memiliki keunggulan bersaing tertentu dan organisasi berusaha mencapainya dengan berbagai cara atau strategi. Pembelajaran organisasi semakin banyak dianggap sebagai salah satu sumber dasar keunggulan bersaing berkelanjutan. Modal intelektual merupakan bagian investasi yang diperoleh melalui proses pembelajaran organisasi dan dipandang penting untuk mempertahankan keunggulan bersaing dalam lingkungan persaingan saat ini. Namun, banyak yang belum jelas terkait pembelajaran organisasi dengan keunggulan bersaing berkelanjutan. Oleh karena itu, makalah ini bertujuan mengeksplorasi dan membahas peran modal intelektual melalui proses pembelajaran organisasi dalam mengembangkan sumber daya pengetahuan dan kemampuan yang mengarah pada pencapaian keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah integrasi teori. Makalah ini

mengusulkan bahwa dengan modal intelektual melalui proses pembelajaran organisasi mampu memperbaharui pengetahuan organisasi, memiliki kemampuan intelektual yang dibutuhkan untuk menciptakan nilai dan bersaing yang pada gilirannya menghasilkan kinerja yang unggul, mempunyai daya kompetitif yang berkelanjutan dan lebih sulit untuk ditiru oleh organisasi lainnya.

Kata kunci : Pembelajaran Organisasi, modal intelektual, keunggulan bersaing berkelanjutan

PENDAHULUAN

Pada abad ke-21 seperti sekarang ini, organisasi dituntut harus tanggap dan mampu bersaing dalam perekonomian global. Organisasi harus fleksibel dan dapat beradaptasi terhadap kondisi lingkungan dan perubahan yang mengikutinya dan penuh ketidakpastian. Organisasi pun pasti berubah dan berkembang seiring dengan perubahan lingkungan dan teknologi informasi. Apabila organisasi tidak responsif dan adaptif terhadap lingkungan, organisasi tidak akan dapat menghadapi tantangan persaingan dan mempertahankan eksistensinya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan untuk memenangkannya, oganisasi harus mempunyai keunggulan kompetitif dan kompetensi khas yang dapat ditonjolkan. Seperti yang dinyatakan oleh Winner (2004) dalam Bataineh dan Al Zoaby (2011), bahwa keunggulan kompetitif (bersaing) dikembangkan atas dasar tiga karakteristik, yaitu yang pertama, keunggulan kompetitif harus mampu menghasilkan nilai pelanggan; kedua, pelanggan harus dapat merasakan peningkatan nilai dari produk atau jasa; dan ketiga, keunggulan kompetitif untuk menjadi efektif harus sulit bagi pesaing untuk menyalin. Menurut Barney (1991) perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bila dalam menerapkan strategi penciptaan nilai tidak secara bersamaan implementasinya dengan pesaing saat ini atau potensial dan ketika perusahaan-perusahaan lainnya tidak dapat menduplikasi manfaat dari strategi ini. Oleh karena itu, organisasi harus ada kemauan untuk terus belajar membangun dan meningkatkan kompetensinya dengan berbagi pengetahuan dan memperbaharui pengetahuan melalui sumberdaya strategis yang ada di dalam organisasi untuk membangun dan mencapai organisasi yang unggul di masa sekarang maupun masa depan sesuai yang diharapkan.

Berbeda dengan kondisi masa lalu, yang secara tradisional perusahaan hanya mengukur dan menciptakan nilainya berdasarkan pada asset fisik saja daripada membangun pengetahuannya dan para pekerjanya lebih banyak melakukan pekerjaan fisik daripada *brain*. Menurut Ernst & Young (2006), di negara maju seperti AS, 60% dari pekerja adalah pekerja pengetahuan, sehingga semua perusahaan di seluruh negara mencoba mengembangkan semua pekerja dan kemampuan staf, terutama dalam pengetahuan.

Dengan meningkatkan kemampuan pengetahuan ini, perusahaan dapat melakukan kegiatan lebih efektif dan efisien (Hernandez dan Nurozi, 2010).

Pada masa sekarang ini kemampuan organisasi untuk memperbaharui pengetahuannya melalui proses pembelajaran terasa lebih penting, sehingga dalam lingkungan yang serba dinamis, organisasi harus berorientasi pada konsep *organizational learning* (Absah, 2008). Perusahaan yang melakukan pembelajaran organisasi adalah perusahaan yang secara terus menerus melakukan perbaikan melalui evaluasi diri. Pembelajaran organisasi didefinisikan oleh Garvin (2000) dalam Absah (2008) sebagai keahlian organisasi untuk menciptakan, memperoleh, menginterpretasikan, mentrasfer dan membagi pengetahuan, yang bertujuan memodifikasi perilakunya untuk menggambarkan pengetahuan dan wawasan baru.

Menurut C. Marlene Fiol and Marjorie A. Lyles (1985) dalam Mangkuprawira (2010), *"Organizational learning means the process of improving actions through better knowledge and understanding".* Sedangkan menurut Taylor, pembelajaran organisasi merupakan kesempatan yang diberikan kepada pegawai sehingga organisasi menjadi lebih efisien (Luthans,1995). Organisasi yang bersedia untuk melakukan eksperimen dan mampu belajar dari pengalaman-pengalamannya akan lebih sukses dibandingkan dengan organisasi yang tidak melakukannya (Wheelen dan Hunger, 2002 dalam Absah, 2008).

Manfaat untuk meningkatkan kemampuan belajar dan berbagi pengetahuan dalam sebuah organisasi antara lain (Mchugh, dkk, 1998 dalam Hernandez dan Noruzi, 2010) :

1. Mempertahankan tingkat inovasi dan tetap kompetitif.
2. Lebih baik dalam merespon tekanan eksternal.
3. Memiliki pengetahuan hubungan sumber daya yang lebih baik untuk kebutuhan pelanggan.
4. Meningkatkan kualitas output pada semua tingkatan.
5. Meningkatkan citra perusahaan dengan menjadi orang yang lebih berorientasi.
6. Peningkatan laju perubahan dalam organisasi.

Salah satu metode dan strategi pembelajaran organisasi adalah melalui cara bagaimana organisasi mampu mengembangkan *intellectual capital* (modal manusia, modal sosial dan kemampuan organisasi) yang langka dan membuat organisasi lainnya sulit untuk meniru. Modal intelektual merupakan aset utama yang dapat membangun daya saing perusahaan, sehingga sangat penting untuk memahami strategi pengelolaannya. Ollila menggarisbawahi peran pembelajaran organisasi dalam mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan dengan menyatakan bahwa tingkat dimana organisasi belajar dapat menjadi satu-satunya sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini juga ditekankan oleh Goh (2003) dalam Njuguna (2009) yang mencatat bahwa untuk tetap kompetitif, banyak organisasi yang mengadopsi strategi untuk terus belajar.

Organisasi mendorong karyawan belajar keterampilan baru secara terus-menerus untuk menjadi inovatif, mencoba proses baru dan metode kerja dalam rangka mencapai tujuan bisnis strategis organisasi (Njuguna, 2009).

PERMASALAHAN

Semua organisasi harus dapat berkembang dan fleksibel terhadap lingkungan yang cepat berubah dan kompetitif, untuk itu sangat diperlukan peran strategik pembelajaran organisasi. Pembelajaran organisasi semakin banyak dianggap sebagai salah satu sumber dasar keunggulan bersaing dalam konteks manajemen strategis. Namun, yang menjadi permasalahan masih belum adanya kejelasan mengenai keterkaitan antara pembelajaran organisasi dengan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, seperti halnya dengan modal intelektual (berbasis pengetahuan sumber daya) dengan menggunakan sumber daya berbasis pandangan perusahaan. Hal ini lebih menekankan pada hubungan sumber daya dan kemampuan untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kinerja perusahaan dibandingkan pada pengembangan sumber daya dan kemampuan.

Tulisan ini mengintegrasikan teori pembelajaran organisasi dan teori modal intelektual kemudian menghubungkan keduanya dengan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal ini dilakukan dengan mengeksplorasi dan membahas mengenai bagaimana peran strategik pembelajaran organisasi dalam membantu perusahaan bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Secara khusus, hal ini berhubungan dengan bagaimana proses pembelajaran organisasi dapat digunakan untuk mengembangkan sumber daya pengetahuan dan kemampuan yang mengarah pada keunggulan kompetitif.

PEMBAHASAN

Proses Pembelajaran Organisasi

Pembelajaran organisasi mengacu pada jumlah total belajar individu dan kolektif melalui program pelatihan, pengalaman, eksperimen dan interaksi kerja dalam organisasi (Njuguna, 2009). Organisasi belajar melalui individu-individu yang menjadi bagian dari organisasi. Individu dalam organisasi merupakan anggota organisasi (*human capital*) yang terampil dan terdidik (memiliki pengetahuan dan kompetensi tertentu) yang diperoleh baik dari pengalaman pekerjaan, pelatihan, pendidikan formal maupun kegiatan belajar lainnya. Melalui aktivitas anggota itulah organisasi memperoleh keuntungan dan senantiasa belajar. Namun, pada kenyataannya tidak sederhana karena pembelajaran individu tidaklah menjamin pembelajaran organisasi, tetapi pembelajaran organisasi tidak akan terjadi tanpa pembelajaran individu (Garvin, 2000; Kim, 1993 dalam Absah, 2008).

Kebanyakan definisi berhubungan dengan proses belajar, namun, pembelajaran organisasi didefinisikan oleh Miller (1996) sebagai proses perubahan sistem terkoordinasi, dengan mekanisme yang dibangun untuk individu dan

kelompok untuk dapat mengakses, membangun dan menggunakan memori struktur, organisasi dan budaya untuk mengembangkan kapasitas jangka panjang organisasi. Ini adalah penciptaan dari proses yang dinamis, akuisisi dan integrasi pengetahuan yang ditujukan untuk pengembangan sumber daya dan kemampuan berkontribusi terhadap kinerja organisasi yang lebih baik (Lopez, Peon dan Ordas, 2005).

Menurut Dale (Njuguna, 2009), pembelajaran organisasi dapat dicirikan sebagai proses tiga tahap yang rumit yang terdiri dari pengetahuan, diseminasi akuisisi dan implementasi bersama (interpretasi). Oleh karena itu, proses pembelajaran organisasi melibatkan pengetahuan akuisisi, distribusi, aplikasi dan terjemahan pengetahuan ini menjadi sumber daya organisasi (memori organisasi) seperti database, prosedur dan sistem yang dapat digunakan untuk meningkatkan perusahaan.

Sasaran utama proses pembelajaran organisasi adalah institusionalisasi pengetahuan kolektif yang dimiliki para anggota sebagai hasil integrasi (berbagi pengetahuan dan atau berbagi model mental), yang diaktualisasikan dalam bentuk strategi, program, sistem, atau pedoman organisasi (Absah, 2008). Sehingga dengan menciptakan sistem dan proses yang mendukung aktivitas dan mengintegrasikan kegiatan sehari-hari pembelajaran organisasional dapat dicapai.

Modal Intelektual dan Pembelajaran Organisasi

Sejak awal 1990-an, masalah modal intelektual telah mengalami perkembangan. Modal intelektual merupakan perangkat yang diperlukan untuk menemukaan peluang dan mengelola ancaman dalam kehidupan. Para akademisi dan praktisi mulai mempertimbangkan konsep modal intelektual sebagai penentu utama proses penciptaan nilai bagi stakeholder dan dapat membuat operasi (kegiatan) bisnis dalam organisasi lebih efisien. Nilai tersebut bersifat dinamis dan sulit untuk diukur. Teori modal intelektual pada awalnya dikembangkan sebagai kerangka kerja untuk menganalisis kontribusi nilai aset tidak berwujud dalam sebuah organisasi (Sveiby, 1997; Edvinson dan Malone, 1997 dalam Njuguna, 2009) namun teori-teori baru termasuk perspektif strategis yang memungkinkan identifikasi dan evaluasi kompetensi inti yang membantu mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan (Viedma, 2003).

Skandia (1999) dalam Bataineh dan Al Zoaby (2011) mendefinisikan modal intelektual sebagai keterampilan, pengetahuan, dan teknologi yang digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Mencakup pula akses dan penggunaan pengetahuan semua karyawan dan pengalaman yang diterapkan, struktur organisasi, teknologi dan professional system dalam perusahaan. Modal intelektual (*intellectual capital)* pada umumnya diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Modal Manusia (*Human Capital*)

Modal manusia merupakan unsur yang sangat penting dan memegang peranan karena kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan sering

kali tergantung pada sumber daya manusia. Ini berarti dengan segala kemampuan yang dimiliki manusia akan menghasilkan kinerja yang luar biasa. Modal manusia dapat menciptakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan bisnis bagi perusahaan. Manusia memiliki kekuatan yang melekat pada dirinya untuk menciptakan nilai perusahaan. Peranan modal manusia terdiri dari kompetensi, keterampilan, pengalaman, dan pengetahuan intelektual dari individu anggota organisasi (karyawan), modal hubungan yang berharga dengan pelanggan, pemasok dan stakeholder lain yang dapat digunakan untuk menghasilkan layanan professional dan keuntungan organisasi. Nilai para karyawan ditentukan dari kemampuannya dalam mengaplikasikan keterampilan dan keahlian mereka.

2. Modal Struktural (*Structural Capital*)

Modal struktural mengacu pada perluasan dan manifestasi dari modal manusia yang merupakan bentuk aset yang nyata bagi perusahaan, selain berfungsi sebagai tempat dimana seluruh hasil aktivitas penciptaan nilai yang dihasilkan oleh modal manusia, juga berfungsi sebagai infrastruktur pendukung bagi modal manusia untuk menjalankan aktivitas (fungsinya) penciptaan nilai bagi perusahaan. Karena keberagamannya, maka modal struktural bisa diklasifikasikan lebih jauh lagi menjadi modal inovasi, proses, dan organisasi.

3. Modal Pelanggan (*Customer Capital*)

Menurut Nahapiet dan Ghosal (1998) dalam Bataineh dan Zoaby (2011), disebut juga modal relasional yang merupakan pengetahuan yang tertanam melalui kemampuan dan dimanfaatkan oleh interaksi individu dan adanya jaringan hubungan timbal balik (pengetahuan yang tertanam dalam jaringan bisnis). Modal pelanggan juga diartikan sebagai pengetahuan yang komprehensif dalam bidang pemasaran (*marketing*) dan hubungan dengan pelanggan (*customer relations*). Hal ini mencakup pengembangan pengetahuan mengenai pelanggan, pemasok dan asosiasi industrial atau yang berkaitan dengan pemerintah. *Customer capital* ini dapat diukur sebagai sebuah fungsi lamanya usia perusahaan (*function of longevity*).

Organisasi yang unggul dan dapat memperoleh keuntungan yang banyak merupakan organisasi yang terus menerus mengembangkan sumberdaya manusianya (Ross dkk., 1997 dalam www.bppk.depkeu.go.id). Sumber daya manusia memiliki sifat proaktif dan inovatif untuk mengelola perubahan dan perkembangan lingkungan kehidupan organisasi yang dinamis. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas dan mempunyai kemauan untuk terus belajar menambah pengetahuannya dapat beradaptasi dengan kondisi perubahan lingkungan strategik yang luar biasa cepatnya.

Melalui pembelajaran organisasi, perusahaan dapat mengembangkan modal manusia dan membentuk sumber daya (organisasi) yang unik dan berkembang terus menerus (Njuguna, 2009). Modal manusia

sulit untuk ditiru karena terbentuk melalui perubahan dan proses evolusi (sejarah) yang spesifik dan memakan waktu cukup panjang dari setiap perusahaan dan merupakan produk yang unik dari proses pembelajaran organisasi yang merupakan bagian dari budaya organisasi yang unik pula. (DeNisi et al, 2003 dalam Njuguna, 2009).

Melalui modal sosial, pengetahuan komunikasi antara semua tingkatan berlangsung, yaitu dari individu ke kolektif untuk organisasi, antar organisasi dan sebaliknya (Autio Yli-Renko dan Sapienza, 2000 dalam Njuguna, 2009). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa belajar bersama dalam kelompok (*learning group*) dapat meningkatkan hasil kerja kelompok dan perasaan menyatu dalam organisasi (Cunningham, 2002). Modal organisasi termasuk proses, sistem, struktur, merek, reputasi, kekayaan intelektual dan lainnya yang dimiliki oleh perusahaan tetapi tidak muncul di neraca. Modal organisasi (sosial) timbul dari konversi pengetahuan individu dan kolektif yang diperoleh melalui proses belajar, menjadi rutinitas, proses dan sistem yang membantu mengembangkan reputasi organisasi, kompetensi dan kemampuan yang jarang dan sulit untuk ditiru (Armstrong 2001).

Modal manusia mungkin yang paling penting dan kritis untuk keunggulan kompetitif karena yang paling sulit untuk ditiru (DeNisi, et al., 2003 dalam Njuguna, 2009). Namun mobilitas modal manusia kurang menjadi ancaman bagi keunggulan kompetitif karena sekali organisasi mengintegrasikan sumber daya manusia dengan sumber daya pelengkap lainnya dan menggunakan integrasi ini untuk menciptakan kemampuan organisasi, kehilangan satu atau beberapa individu tidak dapat menyebabkan hilangnya keunggulan kompetitif. Hal ini berarti bahwa tidak cukup untuk memperoleh individu yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan kemampuan saja, melainkan diperlukan pula untuk mengembangkan kemampuan lebih lanjut dan menggunakannya untuk mengembangkan struktur, sistem, prosedur dan reputasi (modal organisasi) yang memungkinkan organisasi untuk mengeksploitasi sumber daya dan mendapatkan keunggulan kompetitif (DeNisi et al, 2003 dalam Njuguna, 2009).

Dengan demikian, sebuah modal intelektual perusahaan yang meliputi pengetahuan karyawan, *brainpower*, pengetahuan dan proses serta kemampuan karyawan untuk terus meningkatkan proses-prosesnya dalam pembelajaran organisasi merupakan sumber keunggulan kompetitif (Hernandez dan Noruz, 2010). Sehingga, sumber daya modal intelektual yang diperoleh melalui proses pembelajaran organisasi dipandang sangat penting untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing dalam lingkungan persaingan global saat ini yang semakin meningkat. Pembelajaran organisasi merupakan kemampuan istimewa dan kompleks yang sulit untuk meniru, ditiru dan ditransfer (Day, 1994 dalam Njuguna, 2009).

Pembelajaran Organisasi dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Perusahaan harus mempunyai karakteristik yang unik untuk membedakan diri dari pesaing untuk jangka waktu yang panjang (keunggulan kompetitif yang berkelanjutan). Dengan demikian, Collis dan Montgomery (1995) mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan adalah kemampuan untuk menawarkan nilai pelanggan yang unggul secara konsisten, suatu situasi dimana pesaing tidak dapat dengan mudah meniru kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai. Keunggulan bersaing yang berkelanjutan muncul ketika sumber daya perusahaan yang berharga (sumber daya membantu perusahaan menciptakan produk dan jasa yang berharga), jarang (pesaing tidak memiliki akses kepada mereka), tak ada bandingannya (pesaing tidak dapat dengan mudah meniru mereka) dan yang sesuai (perusahaan memiliki sumber daya tersebut dan dapat mengeksploitasinya sesuka hati). Sumber daya pengetahuan dan kemampuan ini, yang dihasilkan dari proses belajar menyiratkan peningkatan kapasitas respon melalui pemahaman yang lebih luas tentang lingkungan (Dodgson, 1993; Sinkula, 1994 dalam Njuguna, 2009).

Kemampuan untuk belajar dalam proses pembelajaran organisasi adalah penting karena adanya percepatan pasar, perubahan teknologi, dan faktor perubahan lingkungan lain yang terjadi, sehingga pentingnya tindakan antisipatif. Pada penelitian empiris yang dilakukan Hitt, Hoskisson dan Ireland (1990) memberikan kesimpulan bahwa sumber kompetensi unik (khas) lebih bersifat internal daripada eksternal dan berasal dari cara relatif perusahaan dalam menggunakan sumber daya untuk persaingan. Dengan cara ini, perusahaan-perusahaan mencurahkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang dari lingkungan dan menetralisir ancaman sambil menghindari titik lemah yang paling mungkin untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dibandingkan mereka yang tidak melakukan hal yang sama (Barney, 1995 dalam Njuguna, 2009) dan mereka mampu untuk membangun reputasi perusahaan yang baik.

Akumulasi pengetahuan (kemampuan dalam menciptakan dan mentransfer pengetahuan) melalui pembelajaran merupakan kekuatan pendorong dalam perkembangan dan pertumbuhan perusahaan, karena akuisisi pengetahuan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi kompetitif (Penrose, 1959; Spender and Grant, 1996 dalam Njuguna, 2009). Perusahaan harus memfasilitasi pertukaran pengetahuan diantara karyawan dan melatih setiap karyawan untuk dapat menggunakan informasi dan teknologi apapun yang mendukungnya (Bataineh dan Al Zoaby, 2011) agar dapat bersaing. Untuk dapat bersaing dan mencapai keuntungan yang berkelanjutan, organisasi harus mempunyai kemampuan belajar yang lebih cepat daripada pesaingnya dan memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan lingkungan yang selalu berubah cepat. Dengan begitu, organisasi dapat mencapai kinerja di atas rata-rata selama jangka waktu yang panjang jika mengejar strategi pembelajaran

organisasi yang mengarah pada keunggulan kompetitif (Njuguna, 2009). Sumber daya (modal) manusia, sosial dan modal organisasi (*capital intellectual*) yang dikombinasikan dengan sistem manajemen pengetahuan yang efektif untuk meningkatkan transfer pengetahuan melintasi batas-batas individu, departemen, unit dan organisasi dapat mengarahkan dan tercapainya keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Modal intelektual sebagai sumber pengetahuan organisasi, walaupun tidak muncul di neraca perusahaan, namun mempunyai nilai lebih bagi organisasi daripada asset fisik, ini karena melakukan pekerjaan otak (didorong oleh pengetahuan dan informasi) lebih banyak daripada pekerjaan fisik. Nilai organisasi pada masa sekarang lebih bergantung pada bagaimana organisasi mengaplikasikan pengetahuan. Organisasi harus mampu mengelola pengetahuan dan modal intelektualnya untuk menciptakan keunggulan kompetitif, karena nilai-nilai perusahaan dapat meningkat ataupun menurun (keberhasilan organisasi) tergantung pada seberapa baik perusahaan menciptakan, menemukan, menangkap, menyebarluaskan, mengukur dan memanfaatan pengetahuan (Akpinar dan Akdemir). Efektivitas organisasi juga membutuhkan pengembangan kemampuan organisasi untuk memanfaatkan dan mengeksploitasi pengetahuan (Njuguna, 2009).

Pembelajaran organisasi dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan berbasis pengetahuan kompetitif, kerena jika organisasi meningkatkan pembelajaran organisasinya maka perusahaan akan meningkatkan pengetahuan dan modal intelektualnya. Nonaka dan Takeuchi (1995) dalam Damayanti (2008) memaparkan bahwa untuk menjadi *learning organization*, perusahaan tidak hanya harus mampu mengelola informasi melainkan harus mampu untuk menciptakan pengetahuan.

Organisasi bisnis harus menggunakan program pelatihan dan pengembangan untuk mendukung pembelajaran organisasi dalam rangka menciptakan pengetahuan. Sebagian besar program pelatihan dan pengembangan berfokus untuk memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan eksplisit (*explicit knowledge*) di masing-masing spesialisasi dan selalu up-to-date (Njuguna, 2009). Selain itu, pelatihan juga merupakan salah satu media internalisasi pengetahuan. Pengetahuan eksplisit ini dapat dipaparkan, diekspresikan dan mudah dikomunikasikan serta dibagi dalam bentuk data atau prosedur. Karena pengetahuan eksplisit disimpan dalam basis data sehingga para pencari pengetahuan yang membutuhkannya dapat mengakses pengetahuan tersebut dan dapat dengan mudah ditiru. Pengetahuan eksplisit biasanya tidak dapat dijadikan dasar untuk keunggulan kompetitif.

Berbeda dengan *explicit knowledge*, *tacit knowledge* bersifat "*highly personal*" sehingga sulit dikomunikasikan dan tidak mudah dibagi (disebarluaskan) kepada yang lain. Ini harus dipelajari dengan menggunakan interaksi sosial dan sering membutuhkan waktu yang lama. Karena pengetahuan tacit

didasarkan dan dipelajari oleh pengalaman, transfer pengetahuan tersebut umumnya merupakan proses yang lambat dan kompleks (Njuguna, 2009). Tanpa pengalaman yang disebarkan atau dibagikan, akan sulit sekali bagi seseorang untuk mempengaruhi proses berpikir orang lain (Damayanti, 2008).

Dengan demikian, praktik manajemen yang ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan tacit lebih sulit bagi perusahaan lain (pesaing) untuk berhasil memahami dan meniru. Oleh karena itu, untuk mengembangkan pembelajaran, organisasi harus memahami pentingnya pengetahuan baik tacit dan eksplisit untuk memiliki kemampuan belajar sehingga dapat tercipta keunggulan bersaing suatu perusahaan.

Pembelajaran terus-menerus adalah kemampuan penting yang dapat berfungsi sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pada akhirnya, pembelajaran organisasi memperluas analisis untuk memasukkan perilaku pada individu, kelompok dan tingkat organsasi, serta proses yang menciptakan dan memanfaatkan pengetahuan dalam rangka memahami secara luas bagaimana investasi pengetahuan berubah dan mengalir. Sebagai organisasi, semakin melihat pengetahuan sebagai asset yang paling berharga dan strategis, sangat penting untuk mengelola sumber daya intelektual dan kemampuan secara efektif (Bataineh dan Al Zoaby, 2011). Hal ini penting bagi perusahaan untuk mengembangkan praktik-praktik terbaik untuk mengelola kecerdasan dalam rangka membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing dalam jangka panjang (Boyce, 2007 dalam Bataineh dan Al Zoaby, 2011).

KESIMPULAN

Persaingan global menuntut perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan agar dapat bersaing dan mempertahankan eksistensinya. Sumber daya manusia yang mempunyai kemauan untuk terus belajar menambah pengetahuannya dapat memiliki kemampuan lebih tanggap dan beradaptasi dengan kondisi perubahan lingkungan strategik yang luar biasa cepatnya. Melalui pembelajaran organisasi, dengan berbasis pengelolaan pengetahuan (*intellectual capital*), perusahaan dapat mengembangkan modal manusia dan membentuk sumber daya (organisasi) yang unik yang sulit untuk ditiru dan berkembang terus menerus.

Untuk mengeksploitasi sumber daya dan mendapatkan keunggulan kompetitif, perusahaan tidak cukup dengan hanya memperoleh individu yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan kemampuan saja, melainkan harus mengembangkan struktur, sistem, prosedur dan reputasi (modal organisasi). Individu (karyawan) harus didorong untuk lebih kreatif dan terus bereksperimen ide-ide baru agar dapat mengembangkan pengetahuannya. Organisasi harus mampu mengelola pengetahuan dan modal intelektualnya untuk menciptakan dan mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dan kinerja yang lebih baik, karena nilai-nilai perusahaan

dapat meningkat ataupun menurun (tercapainya efektifitas organisasi) tergantung pada seberapa baik perusahaan mempunyai kemampuan dalam menciptakan, menangkap, memanfaatkan dan mengeksploitasi pengetahuan, baik pengetahuan eksplisit maupun tacit (melalui pelatihan dan pengembangan).
Perusahaan juga harus memastikan dan mengembangkan aktivitas berbagi pengetahuan dan pengalaman menjadi bagian dari budaya organisasi di seluruh departemen fungsional. Sehingga dengan praktek manajemen seperti ini, dapat menciptakan dan mengembangkan kemampuan intelektual (pengetahuan) yang dibutuhkan untuk bersaing. Pengetahuan yang berkembang merupakan modal intelektual yang diperoleh melalui proses pembelajaran organisasi untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Absah, Yeni. (2008). Pembelajaran Organisasi : Strategi Membangun Kekuatan Perguruan Tinggi. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 1, Nomor 1, 33 – 41

Barney, J. B. (1991). Firm resources and Sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17: 1, 99-120

Bataineh, Mohammad. T. and Al Zoaby, Mohammad. (2011). The Effect of Intellectual Capital on Organizational Competitive Advantage: Jordanian Commercial Banks (Irbid District) An Empirical Study. *EuroJournals, Inc.- International Bulletin of Business Administration*, ISSN: 1451-243X Issue 10 .

Collis, David and Cynthia A. Montgomery. (1995). "Competing on Resources :
Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*, 73 (July-August), pp.118-128

Cunningham, I. (2002). Developing human and social capital in organizations. *Industrial and Commercial Training*, Vol. 34, No.4. 89-94.

Damayanti, Retno Wulan. (2008). Manajemen Kualitas (Studi Kasus : Implementasi Six Sigma di Perusahaan Manufaktur X). Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi, IST AKPRIND Yogyakarta.

Hernandez, José G. Vargas and Noruzi, Mohammad Reza. (2010). How Intellectual Capital and Learning Organization Can Foster Organizational Competitiveness?. *International Journal of Business and Management*, Vol.5 No. 4.

Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., and Ireland, R. D. (1990). Mergers and Acquisitions and Managerial Commitment to Innovation in M-form Firms. *Strategic Management Journal*, 11: 29-47.

Luthans, Fred. (1995). Organizational Behavior, *Seventh Edition*, International Edition, New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

Lopez, S. P., Peon, J. M., and Ordas, J. V., (2005). Organizational Learning as a Determining Factor in Business Performance. *The Learning Organization*, 12 (3): 227-245.

Mangkuprawira, Sjafri. (2010). Teori Organisasi : Learning Organization (Organisasi Pembelajaran).Business Management IPB.

Miller, D. A. (1996). A preliminary typology of Organizational learning: Synthesizing the Literature. *Strategic Management Journal*, 22: 484-505.

Njuguna, John I. (2009). Strategic Positioning For Sustainable Competitive Advantage : An Organizational Learning Approach, *KCA Journal of Business Management*, Vol. 2, Issue 1.

Ross, J. et.al. (1997). *Intellectual capital: Navigating the New Business Landscape*, New York, MacMillan.

Setiarso, Bambang. (2003). Manajemen Pengetahuan (Knowledge Management) Dan Proses Penciptaan Pengetahuan. Ilmu Komputer.com.

Viedma, José María Martí (2003). In Search of an Intellectual Capital General Theory. Electronic Journal on Knowledge Management, Volume 1 Issue 2 (2003) 213-226.

www.wikipedia.org/Modal_intelektual.

www.bppk.depkeu.go.id/444_Konsep_Modal_Manusia.

ANALYSIS OF ATTITUDE AND SOCIETY INTENTION IN DEVELOPING BATIK CREATIVE INDUSTRY IN GAMBARSARI VILLAGE KEMANGKON SUB – DISTRICK PURBALINGGA REGENCY

Eling Purwanto Jati[1)]
Suci Indriati [1)]
Dwiwiyati Astogini[1)]
Siti Zulaikha Wulandari[1)]
E-mail : eling_jati@yahoo.co.id
zulaikhaw@hotmail.com

[1)]Lecturer of Economics Faculty in Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

Batik's Creative Industries is one of craft sub-sector that potential to be developed . Batik Purbalingga is one of the creative industries that actually can be developed well, but face some problems such as : only have a few motives, using simple equipment, narrow market access because it only relies on collectors, lack of business management, lack of administration and accounting records because it was mixed with the family finances. Regeneration batik artisans become a major problem, as well. One of the Government's efforts to tackle the problems is by creating new batik entrepreneur through training in order to develop batik creative industries in Purbalingga.

This research was conducted with the aim to analyzed the attitudes and interests of Gambarsari villagers in developing creative industries Batik Purbalingga, based on Theory of Planned Behaviour (TPB) approach, by analyzing the influence of Attitude, Subjective Norms and Behavioral Control against the public interest in develop batik industry creative in Gambarsari.

By using multiple regression analysis applied on a sample of 100 respondents in the study, the results obtained showed that Attitude, Subjective norm, and Perceived Behavioral Control has a positive significant effect on Behavioral Intention or interest of Gambarsari villagers to develop batik creative industries, either simultaneously and partially. By using the elasticity test, can be concluded that Perceived Behavioral Control is variable that most affect the Behavioral Intention or interest of Gambarsari villagers to develop Purbalingga's batik creative industries.

Keywords: *society intention, creative industry, theory of planned behaviour*

ABSTRAK

Industri kreatif batik tulis merupakan salah satu sub sektor kerajinan yang sangat potensial untuk dikembangkan. Batik Purbalingga merupakan salah satu industry kreatif yang memiliki potensi untuk dikembangkan, namun menghadapai beberapa permasalahan seperti : sedikitnya motif yang dihasilkan, sederhananya peralatan yang digunakan untuk membatik, akses pasar yang sempit karena hanya mengandalkan pengepul, tidak adanya manajemen usaha, pencatatan administrasi dan pembukuan yang rapi karena masih bercampur dengan keuangan keluarga. Regenerasi pengrajin batik menjadi permasalahan yang utama. Salah satu upaya Pemerintah Kabupaten Purbalingga untuk mengatasi permasalahn tersebut adalah

dengan menciptakan pembatik baru melalui pelatihan-pelatihan agar dapat mengembangkan industri kreatif batik di Purbalingga.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis sikap dan minat masyarakat Desa Gambarsari dalam upaya pengembangan industri kreatif Batik Purbalingga, berdasarkan pendekatan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), yaitu dengan menganalisis pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Keperilakuan) terhadap minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga.

Dengan menggunakan regresi berganda yang dilakukan terhadap 100 responden yang menjadi sampel dalam penelitian, diperoleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa Attitude, Subjective norm, dan Perceived Behavioral Control mempunyai pengaruh yang postif terhadap Behavioral Intention (Niat berperilaku) atau minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga, baik secara simultan maupun secara parsial. Berdasarkan uji elastisitas diketahui bahwa variabel Perceived Behavioral Control merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif yang didalamnya didukung oleh Industri kreatif saat ini diyakini oleh berbagai negara, dapat menjadi pendukung perekonomian yang signifikan. Pada tahun 2007 Industri kreatif mampu memberikan sumbangan terhadap PDB nasional sebesar rata-rata 4,75 persen. Angka ini melebihi sumbangan sektor listrik, gas dan air bersih. Sektor ekonomi kreatif saat ini mampu menyerap 4,4 juta tenaga kerja dengan tingkat pertumbuhan 17,6 persen, jauh melebihi tingkat pertumbuhan tenaga kerja nasional yang hanya sebesar 0,54 persen. Industri kerajinan sebagai salah satu sub sektor industri kreatif juga memiliki kontribusi yang cukup tinggi terhadap perekonomian Indonesia, dilihat dari persentase kontribusi terhadap PDB sebesar 26,7 trilyun rupiah (25,51%) dan penyerapan tenaga kerja sebanyak 1,5 juta tenaga kerja serta nilai rata-rata ekspor tahun 2002-2006 mencapai 24,180 trilyun rupiah atau sebesar 35 persen (Departemen Perdagangan RI, 2007).

Industri kreatif batik tulis merupakan salah satu sub sektor kerajinan yang sangat potensial untuk dikembangkan. di wilayah Jawa tengah bagian selatan juga dikenal adanya Batik Banyumas, yang mengacu pada batik-batik yang di produksi di wilayah eks karesidenan Banyumas, seperti Batik Banyumas sendiri, Batik Sokaraja, Batik Maos, Batik Gumelem dan termasuk didalamnya adalah Batik Purbalingga. Meskipun masih jauh tertinggal dari Batik Yogya, Batik Solo dan Batik Pekalongan, sebenarnya Batik Purbalingga memiliki potensi untuk dikembangkan. Kondisi ini terjadi karena beberapa kendala yang

dihadapi oleh industry batik tersebut. Penelitian Suliyanto (2010) terhadap Batik Purbalingga menyebutkan bahwa beberapa permasalahan yang dihadapi para pengrajin Batik Purbalingga antara lain adalah : sedikitnya motif yang dihasilkan, sederhananya peralatan yang digunakan untuk membatik, akses pasar yang sempit karena hanya mengandalkan pengepul, tidak adanya manajemen usaha, pencatatan administrasi dan pembukuan yang rapi karena masih bercampur dengan keuangan keluarga. Regenerasi pengrajin batik juga menjadi permasalahan, dimana kebanyakan pengrajin batik sudah tua disebabkan sebagian besar warga masyarakat khususnya wanita yang berusia muda lebih memilih menjadi buruh di pabrik bulu mata karena menjanjikan upah yang lebih besar daripada upah membatik.

Saat ini jumlah pembatik di Purbalingga cenderung statis dan bahkan mengalami penurunan. Namun, beruntung saat ini terdapat beberapa pembatik muda yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan Batik Purbalingga. Pembatik muda ini bergerak melalui kelompok pembatik yang bernama Forum Pembatik Purbalingga (FPB), yang di pimpin oleh pembatik pria muda bernama Yoga Prabowo. Berdasarkan hasil wawancara dengannya diketahui bahwa sebenarnya untuk menciptakan seorang pembatik, tidak perlu harus mencari tenaga yang pandai seni atau melukis, namun cukup bermodal kemauan, kerja keras dan ketekunan. Berdasarkan pendapat tersebut, maka saat ini anggota FPB tengah merintis upaya untuk meningkatkan jumlah pembatik dengan mengajak dan memberikan pelatihan batik kepada masyarakat. Salah satu daerah yang dipilih untuk mengembangkan pengrajin batik adalah desa Gambarsari, Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Pemerintah Desa Gambarsari memahami keinginan sebagian warganya untuk memperbaiki taraf hidupnya, namun bukan dengan menjadi buruh atau pekerja. Masyarakat menginginkan agar mereka dapat berwirausaha. Untuk itu, Pemerintah Desa bekerjasama dengan anggota FPB berkeinginan memberikan pelatihan kepada masyarakat yang berminat.

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis sejauh mana sikap dan minat (niat berperilaku) masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industry kreatif batik Purbalingga. Untuk mengetahui hal tersbut, maka digunakan pendekatan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikembangkan oleh *Ajzen & Fishbein (1991).* Teori ini menyatakan bahwa niat berperilaku seseorang (*behavioural intention*) dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behaviour*), norma subyektif yang mempengaruhi perilaku (*subjective norm)* dan kontrol keperilakuan yang dirasakan (*perceived behavioural control*). Sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang perilaku tertentu. Norma subyektif menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan, sedangkan kontrol keperilakuan yang dirasakan menunjukkan mudah atau sulitnya

seseorang melakukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu. Secara umum dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap dan norma subyektif terhadap suatu perilaku beli, dan semakin besar kontrol keprilakuan yang dirasakannya, maka semakin kuat niat seseorang untuk melaksanakan perilaku yang dimaksud.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Sikap (*Attitude*), Norma Subyektif (*subjective norm*) dan Kontrol Perilaku (*behavioural control)* terhadap minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industry kreatif batik Purbalingga serta mengetahui variable yang memberikan pengaruh paling dominan.

***Theory of Planned Behaviour* (TPB)**

Theory of Planned Behavior yang sering disebut dengan TPB diusung pertama kali oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 melalui artikel yang berjudul *From Intention To Action: A Theory Of Planned Behavior*. Ajzen menemukan bahwa sebelum *behavior* (b) manifest nyata, terdapat *variabel intention* yang mendahuluinya. Model utama TPB dimulai dengan mengukur *behavioral intention* sebagai prediktor *behavior*. *Intention* dipengaruhi oleh 3 variabel utama yaitu : *attitude* terhadap behaviour (a), *subjective norm* (sn) dan *perceived behavioral control* (pbc). Teori perilaku terencana (*theory of planned behaviour*) merupakan modifikasi atau pengembangan dan merupakan penyempurnaan dari teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (Ajzen:1975). Inti teori ini tetap pada faktor niat berperilaku namun determinan niat tidak hanya sikap dan norma subyektif, melainkan menambahkan kontrol keprilakuan yang dirasakan. Kontrol keprilakuan yang dirasakan merupakan kondisi dimana orang percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan. Ini juga mencakup pengalaman masa lalu, disamping rintangan-rintangan yang ada yang dipertimbangkan orang tersebut (Dharmmesta, 1998).

Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif (yang diharapkan orang lain) dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subyektif dalam diri individu. Secara spesifik *theory of planned behaviour* mengemukakan tiga faktor yang berpengaruh terhadap niat diantaranya:

1) Sikap terhadap perilaku yang menunjukkan tingkatan dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang perilaku tertentu.

2) Norma subyektif sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan atau perilaku.

3) Kontrol keprilakuan yang dirasakan, variabel yang tidak terdapat dalam menunjukkan mudahnya atau sulitnya melakukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu di samping halangan atau hambatan yang terantisipasi.

Secara umum dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap dan norma subyektif terhadap suatu perilaku beli, dan semakin besar kontrol keprilakuan yang dirasakannya, maka semakin kuat niat seseorang untuk melaksanakan perilaku yang dimaksud.

Industri Kreatif

Definisi ekonomi kreatif hinggga saat ini masih belum dapat dirumuskan secara jelas. Kreatifitas, yang menjadi unsur vital dalam ekonomi kreatif sendiri masih sulit untuk dibedakan apakah sebagai proses atau karakter bawaan manusia. Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Definisi yang lebih jelas disampaikan oleh UNDP (2008) yang merumuskan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya.

Definisi Industri Kreatif menurut UK DCMS Task Force (1998) adalah :

"Creatives industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content".

Definisi industri kreatif menurut Departemen Perdagangan RI adalah :

"Industry yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan individu untuk menciptakan kesejahteraan atau lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut"

Berdasarkan hasil Studi Pemetaan Industri Kreatif oleh Departemen Perdagangan Indonesia pada tahun 2007, terdapat 14 sub sector yang merupakan industry berbasis kreatifitas, yaitu : Periklanan, Arsitektur, Pasar barang seni, Kerajinan, Desain, Fesyen, Video, Film dan Fotografi, Permainan interaktif, Music, Seni pertunjukan, Penerbit dan percetakan, Layanan computer dan piranti lunak, Televise dan radio dan Riset dan pengembangan.

Kerajinan sebagai salah satu sub sector dalam industry kreatif memiliki kontribusi yang cukup tinggi terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari persentase kontribusi PDB sub sector kerajinan menempati urutan kedua setelah fesyen yaitu 25,51% atau setara dengan 26,7 trilyun rupiah. Dari segi penyerapan tenaga kerja, sub sector kerajinan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 1,5 juta tenaga kerja. Nilai rata-rata ekspor sub sector industry kerajinan tahun 2002-2006 mencapai 24,180 trilyun rupian (35%) (Departemen Perdagangan RI, 2007)

Dalam pengembangan industry kreatif di Indonesia masih dijumpai banyak tantangan diantaranya adalah masih rendahnya kesiapan SDM kreatif di Indonesia, terbatasnya lembaga pendidikan yang mampu menghasilkan insane kreatif di Indonesia, keragaman socio cultural Indonesia, kurangnya kesiapan perangkat negara untuk mendukung industry berbasis intellectual

property, menghadapi perdagangan benas, serta rendahnya dukungan lembaga keuangan bagi industry kreatif.

Industri kreatif perlu untuk terus dikembangkan karena sector-sektor industry kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif bagi aspek lainnya, seperti peningkatan citra dan identitas bangsa, mendukung pemanfaatan sumberdaya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreatifitas, serta memiliki dampak social yang positif.

Batik Sebagai Produk Budaya Unggulan Khas Indonesia.

Secara etimologi, kata "batik" berasal dari gabungan dua kata (bahasa Jawa), yaitu "amba" yang bermakna "menulis" dan "titik" yang bermakna "titik" (Anonim, 2009). Batik mengacu pada dua hal. Yang pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain. Dalam literatur internasional, teknik ini dikenal sebagai *wax-resist dyeing*. Yang kedua adalah kain atau busana yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk penggunaan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan (Utomo, 2009). Budaya membatik telah mengakar dari ribuan tahun lalu. Pada awalnya, kain batik hanya dikenal sebatas lingkungan keraton atau kerajaan yang semula hanya dipakai oleh kalangan bangsawan dan raja-raja. Namun seiring dengan perkembangan zaman, kain batik selanjutnya dikenal luas di kalangan rakyat dan terus berkembang hingga masa sekarang. Jumlah dan jenis motif kain batik yang mencapai ribuan jenis ini mempunyai ciri khas pada masing-masing daerah di Indonesia. (Fuadi, 2009)

Nilai budaya yang terkandung dalam batik mencerminkan tingginya nilai seni yang dimiliki bangsa ini (Dewan Bahasa dan Pustaka, 2001). Nilai historis perjalanan bangsa Indonesia dengan akulturasi budaya bangsa lain seperti Cina, nilai keluhuran budaya kerajaan-kerajaan zaman dahulu, nilai kreatifitas bangsa Indonesia, dan nilai kerukunan bangsa Indonesia tercermin dalam batik.

Jenis dan corak batik tergolong amat banyak, tetapi corak dan variasinya sesuai dengan filosofi dan budaya masing-masing daerah yang amat beragam (Steen, 1996). Khazanah budaya bangsa Indonesia yang demikian kaya telah mendorong lahirnya berbagai corak dan jenis batik tradisional dengan ciri kekhususannya sendiri. Di dalam batik, terdapat filosofi yang menggambarkan keramahan masyarakat Indonesia terhadap alam (Ayudea *et al*, 2009).

Keunikan lain dari seni membatik adalah proses pembuatannya. Proses pembuatan motif dimulai ketika seluruh bahan, terutama kain mori, telah siap. Pembuatan motif ini dilakukan dengan bahan utama lilin atau malam yang digunakan sebagai zat perintang warna. Bila ingin membuat batik tulis, maka pembuatan motif digunakan dengan alat bantu canting sementara batik cap menggunakan cap batik yang telah didesain sesuai motif yang diinginkan (Utomo, 2009). Secara prinsip, terdapat 11 tahapan yang umumnya dilalui dalam pembuatan

batik tradisional, yakni *nggirah, nganji, nyimpong, njereng, nerusi, nembok, medel, mbironi, nyoga,* dan *nglorod.* Untuk menghasilkan satu kain batik, biasanya memakan waktu 2-3 hari (Kerlogue, 2004).

Jika ditinjau dari sisi historis, seni membatik adalah budaya asli Indonesia. Sejarah pembatikan di Indonesia berkaitan erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di tanah Jawa. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerajaan Solo dan Yogyakarta. Jadi, kesenian batik di Indonesia telah dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang sampai kerajaan dan raja-raja berikutnya.

Jadi, batik jika ditinjau dari berbagai sudut pandang merupakan produk budaya unggulan asli dan khas Indonesia yang patut untuk dibanggakan. Batik merupakan khazanah budaya pertiwi yang akan menjadi daya saing bagi bangsa-bangsa tangguh dengan produk budaya bangsa lain tentunya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan informasi dengan cara menyusun daftar pertanyaaan (kuesioner). Populasi dalam penelitian adalah masyarakat Desa Gambarsari Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Dalam metode penetapan sampel digunakan salah satu tenik *non probability sampling*, yaitu dengan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan responden berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu responden adalah warga masyarakat yang bertempat tinggal (menetap) di Desa Gambarsari, yang berusia antara 20 tahun sampai dengan 35 tahun. Penentuan responden dipilih secara *accidental sampling* atau secara kebetulan yaitu responden yang dipandang mampu dan mau dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden.

Variabel yang dianalisis dibedakan menjadi variabel dependen dan independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah niat berperilaku (*behavioural intention*), yaitu keinginan seseorang untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka mengembangkan industry kreatif Batik Purbalingga.. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen yaitu *Attitude* (Sikap), *Subjective Norms* (Norma Subyektif) dan *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keprilakuan yang dirasakan). Definisi Operasional Variabel *Attitude* (Sikap) adalah perasaan positif atau negatif seseorang tentang penentuan tujuan dan target perilaku. Sikap dalam penelitian ini menunjukkan tingkatan dimana responden memberikan evaluasi yang positif atau negatif tentang pengembangan industri kreatif batik Purbalingga. Variabel sikap terdiri dari dua komponen pertanyaan yang berkaitan dengan keyakinan dan evaluasi tentang perilaku yang dimaksud. *Subjective Norms* (Norma Subyektif) adalah persepsi seseorang tentang pendapat

umum apakah ia harus atau tidak harus melakukan perilaku seperti dibicarakan banyak orang. Norma Subyektif dalam penelitian ini adalah faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan (terlbat) dalam upaya pengembangan industri kreatif Batik Purbalingga. Variabel Norma Subyektif terdiri dari dua komponen pertanyaan yaitu keyakinan normative dan motivasi untuk mewujudkan keyakinan normative tersebut. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keprilakuan yang dirasakan) adalah mudahnya atau sulitnya seseorang melakukan tindakan. Kontrol keperilakuan yang dirasakan dalam penelitian ini adalah persepsi keberadaan sarana dan prasaran serta kondisi yang dapat memfasilitasi atau menghalangi pengembangan industry kreatif batik Purbalingga.

Kuesioner yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel dependen maupun independen dalam penelitian ini diadaptasi dari kuesioner yang dikembangkan oleh Ajzen dan fishbein (1980). Alat Pengukuran variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala interval dalam bentuk checklist. Tiap responden diminta untuk menunjukkan persetujuan atau ketidaksetujuannnya pada setiap pernyataan yang diberi skala antara 1 sampai dengan 5.

Untuk menguji validitas kuisioner digunakan rumus korelasi *product moment* , dan untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach*. Data yang masuk dalam uji *validitas* dan *reliabilitas* kemudian diolah dan dianalisis dengan pendekatan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi karakteristik responden dan tanggapan mereka terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel dalam penelitian, serta dilakukan Uji Asumsi Klasik menggunakan 4 (empat) yaitu : Uji Multikolinearitas dengan mengggunakan *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji *park*, Uji Normalitas dengan menggunakan metode uji statistik non-parametik kolmogorov-smirnov (k-s), dan Uji Autokorelasi dengan menguji nilai Durbin-Watson.

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian guna menguji hipotesis digunakan Analisis Regresi linierer berganda, dan untuk mengetahui variabel bebas yang memiliki paling pengaruh paling besar terhadap variabel terikat maka digunakan Uji Elastisitas.

HASIL ANALISIS

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar sebanyak 113 eksemplar, yang layak digunakan dan dianalisis adalah 100 eksemplar kuesioner. Hasil dari jawaban responden memberikan berbagai informasi mengenai karakter responden. Di bawah ini disajikan data karakteristik responden menurut jenis kelamin, usia

Dari 100 responden, sebanyak 42% adalah laki-laki dan 58% perempuan. Usia responden yang berada pada

rentang <20 tahun sebesar 18%, usia 20-39 tahun 32%, dan mayoritas responden berusia antaraa 40-49 tahun mencapai 39%, dan yang berusia diatas 50 tahun hanya 11%. Hal ini memberikan gambaran usia responden mayoritas termasuk dalam usia produktif. Mayoritas responden mempunyai tingkat pendidikan SMA sebesar 40%, berikutnya SMP sebesar 38% dan lainnya 14%, diikuti yang berpendidikan Diploma dan S1 masing-masing 2% dan 6%. Tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah SMP dan SMA, yang berarti memiliki tingkat pendidikan cukup tinggi. Berdasarkan pekerjaannya, mayoritas responden adalah Ibu Rumah Tangga sebesar 37%, wiraswasta pada peringkat ke dua sebesar 20% dan yang masih berstatus sebagai pelajar 16%, serta karyawan sebesar 16%.

Hasil Analisis Data

Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS 17.0 for windows*. nilai r $_{hitung}$ korelasi *product moment* semua item pertanyaan dari variabel Sikap (*Attitude*) (X1), yang terdiri dari variabel *Belief* (X1a) dan variabel Evaluasi (X1b); Norma Subyektif (*subjective norm*) (X2) yang terdiri dari variabel Normatif (X2a) dan Motivasi (X2b); variabel *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3) yang terdiri dari variabel *Self Efficacy* (X3a) dan *Facilitas* (X3b) dan lebih besar dari nilai kritis (r $_{tabel}$) sebesar 0,374 pada tingkat kepercayaan 95%, sehingga seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil uji reliabilitas kuesioner atau item pertanyaan dengan menggunakan rumus *cronbach alpha* menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas (r.tot) untuk semua variabel penelitian lebih besar dari nilai kritis (r $_{tabel}$) sebesar 0,374 sehingga semua pertanyaan dalam instrument penelitian dinyatakan *reliabel* dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Hasil Uji uji normalitas berdasarkan pendekatan visual yaitu dengan melihat kurva normal pada histogram, menunjukkan bahwa model berdistribusi normal, karena kurva histogram membentuk lonceng dan diagram *normal probability plot regression standardizes* yang menggambarkan keberadaan titik-titik disekitar garis dan *scatter plot* tampak menyebar yang kesemuanya menunjukan model berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas diukur dengan *Variance Inflation Factor (VIF), tolerance value* dan korelasi antara variabel independennya. Hasil pengujian tampak pada tabel 1, dimana suatu variabel dikatakan tidak terdapat multikolinieritas apabila VIF lebih kecil dari 10. Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai *VIF* kurang dari 10 dan *tolerance untuk X1,* X2 dan X3 masing-masing 0.811, 0.562 dan 0.575 sehingga dapat disimpulkan bahwa dlam model penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 1. Nilai kolom VIF untuk pengujian multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	x1	.811	1.233
	x2	.562	1.781
	x3	.575	1.739

a. Dependent Variable: y

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Durbin Waston (DW), menggunakan dua nilai bantu yang diperoleh dari tabel Durbin Watson (DW) yaitu dL dan dU untuk k adalah jumlah variabel bebas dan n jumlah sampel. Dengan alpha sebesar 5 persen pengujian autokorelasi dengan n sebanyak 100 dan k sebanyak 4 mendapatkan nilai dL sebesar 1,602 dan dU sebesar 1,732. Nilai 4-dL = 4 - 1,602 = 2,398 dan Nilai 4-dU = 4 - 1,732= 2,268. Hasil perhitungan menunjukkan nilai DW sebesar 1,753. Sehingga nilai DW terletak pada dU sampai dengan 4 - dU. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan tidak ada autokorelasi pada model ini.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Sikap (*Attitude*) (X1), yang terdiri dari variabel *Belief* (X1a) dan variabel Evaluasi (X1b), Norma Subyektif (*subjective norm*) (X2) yang terdiri dari variabel Normatif (X2a) dan Motivasi (X2b), *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3) yang terdiri dari variabel *Self Efficacy* (X3a) dan *Facilitas* (X3b) terhadap variabel *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/Minat) (Y), digunakan alat analisis Regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 17.0 for windows*. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda

Tabel 2. Output Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.358	1.480		.918	.361
	x1	.080	.035	.182	2.289	.024
	x2	.074	.019	.368	3.844	.000
	x3	.141	.043	.309	3.263	.002

a. Dependent Variable: y

Hasil perhitungan selengkapnya pengaruh variabel Sikap (*Attitude*) (X1), yang terdiri dari variabel *Belief* (X1a) dan variabel Evaluasi (X1b), Norma Subyektif (*subjective norm*) (X2) yang terdiri dari variabel Normatif (X2a) dan Motivasi (X2b), *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3) yang terdiri dari variabel *Self Efficacy* (X3a) dan *Facilitas* (X3b) terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/Minat) (Y), dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh *Attitude, Subjective norm, Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention.*

Berdasarkan hasil regresi linier berganda di atas dapat dibuat persamaan regresi linier sebagai berikut:

No.	Variabel	Koefisien regresi	t hitung	t tabel
1	*Attitude*	0,080	2,289	1,985
2	*Subjective norm*	0,074	3,844	1,985
3	*Behavioral Intention*	0,141	3,263	1,985
Konstanta (*a*)		= 1,358		
Koefisien determinasi (R^2)		= 0,491		
F hitung		= 32,771		
F tabel		= 2,468		

Y = 1,358 + 0,080X1 + 0,074X2 + 0,141 X3 + e

Untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen digunakan uji F. Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% (α = 0,05) dan *degree of freedom* (k) dan (n–k-1) diperoleh F_{tabel} sebesar 2,468. Sedangkan hasil penghitungan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 32,771. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel *Attitude*, *Subjective norm*, dan *Perceived Behavioral Control* secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/Minat).

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% (α=0,05) dan *degree of freedom* (*df*) dan (n-k-1)

diperoleh t_{tabel} sebesar 1,985. Sedangkan hasil penghitungan uji t diperoleh t_{hitung} X_1 sebesar 2,289,t_{hitung} X_2 sebesar 3,844, t_{hitung} X_3 sebesar 3,263. Jadi t_{hitung} X_1, X_2, dan X_3 lebih besar dari pada nilai t_{tabel}, sehingga dapat diartikan variabel *Attitude*, *Subjective norm*, dan *Perceived Behavioral Control* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat).

Berdasarkan pengujian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Attitude*, *Subjective norm*, dan *Perceived Behavioral Control* secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/Minat). Sikap *(Attitude)* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat), artinya semakin baik Sikap (*Attitude*) atau semakin positif terhadap pengembangan industri kreatif batik Purbalingga akan semakin kuat minat terhadap keinginan responden mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Norma Subyektif (*subjective norm*) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau semakin kuat tekanan sosial yang dirasakan untuk terlibat akan semakin kuat minat atau keinginan masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau semakin besar kontrol keperilakuan yang dirasakannya tehadap keberadaan sarana dan prasarana yang dapat memfasilitasi pengembangan industri kreatif batik, akan semakin kuat minat atau keinginan masyarakat Desa Gambarsari mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga.

Selanjutnya, Untuk mengetahui variabel bebas yang memiliki paling pengaruh paling besar terhadap variabel terikat maka digunakan Uji Elastisitas. Hasil perhitungan elastisitas diperoleh nilai elastisitas untuk variabel *Attitude* E_{x1} sebesar 0,288, variabel *Subjective norm* E_{x2} sebesar 0,284 dan variabel *Perceived Behavioral Control* E_{x3} sebesar 0,320, dengan demikian hasil perhitungan elastisitas E_{x3} yaitu variabel *Perceived Behavioral Control* diperoleh angka yang paling besar.

Pembahasan hasil penelitian

Berdasarkan hasil analisis statistik diketahui bahwa *Attitude*, *Subjective norm*, dan *Perceived Behavioral Control* secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial mempunyai pengaruh yang postif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku) atau minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Analisis deskriptif kualitatif dilakukan untuk melengkapi pembahasan hasil penelitian, yaitu mengetahui sikap dan minat masyarakat Desa Gambarsari terhadap pengembangan industri kreatif Batik Purbalingga. Dalam penelitian ini, responden diminta memberikan jawaban atas tiga pertanyaan terbuka yang menggambarkan tanggapan dan

alasan mereka mengenai: dukungan Pemkab Purbalingga dalam mengembangkan industri batik di Desa Gambarsari, kemudahan mengembangkan industri batik di Desa Gambarsari dan dukungan responden terhadap pengembangan industri kreatif batik di Desa Gambarsari.

Sikap *(Attitude)* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat), artinya semakin baik Sikap (*Attitude*) atau semakin positif terhadap pengembangan industri kreatif batik Purbalingga akan semakin kuat minat terhadap keinginan responden mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan, dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang perilaku tertentu. Masyarakat Desa Gambarsari meyakini bahwa berdasarkan evaluasinya, pengembangan Industri Batik akan memberikan hasil seperti yang diinginkan, yaitu dengan adanya Industri Batik Gambarsari maka akan memberikan mereka kebanggaan sebagai warga Desa Gambarsari, dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi, memajukan nama Desa Gambarsari, memenuhi harapan masyarakat yang ingin berwirausaha dan mendukung pemerintah dalam mengembangkan potensi batik Purbalingga. Pernyataan ini juga didukung dengan hasil tanggapan responden atas pertanyaan terbuka yang ketiga dimana mayoritas responden memberikan jawaban "Ya" yang artinya mereka akan mendukung pengembangan Industri Batik di Desa Gambarsari.

Norma Subyektif (*subjective norm*) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau semakin kuat tekanan sosial yang dirasakan untuk terlibat akan semakin kuat minat atau keinginan masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Norma subyektif sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan atau perilaku. Keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif (yang diharapkan orang lain) dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subyektif dalam diri individu**.** Responden dalam penelitian ini merasakan kuatnya pengaruh dari Keluarga, Teman, Saudara, Ketua RT, Ketua RW maupun Kepala Desa, sehingga mereka cenderung melakukan apa yang disarankan oleh mereka termasuk dalam hal mendukung pengembangan Industri Batik Gambarsari. Apalagi, pihak Pemerintah Desa Gambarsari saat ini juga sudah memiliki kesepakatn mengenai pengembangan industri batik tersebut.

Perceived Behavioral Control (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau semakin besar kontrol keperilakuan yang dirasakannya tehadap keberadaan sarana dan prasarana yang dapat

memfasilitasi pengembangan industri kreatif batik, akan semakin kuat minat atau keinginan masyarakat Desa Gambarsari mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Kontrol keprilakuan yang dirasakan merupakan kondisi dimana orang percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan. Responden merasakan adanya kemudahan dalam mengembangkan industri batik, yang terlihat dari tingginya *self efficacy* (rasa diri mampu), dimana sebagian besar responden menyetujui pernyataan bahwa Warga Desa Gambarsari memiliki kemampuan untuk mendukung dan dapat berpartisipasi dalam mendukung pengembangan industri batik di Desa Gambarsari. Selain itu, responden juga merasakan adanya kemudahan untuk mengembangkan Industri Batik Gambarsari, karena adanya Sarana dan prasarana yang memadai, memiliki pimpinan yang mendukung, potensi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Pihak Pemerintah Desa Gambarsari memberikan fasilitas dan dukungan yang baik.

Hasil perhitungan elastisitas menunjukkan nilai elatisitas terbesar adalah variabel *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3), dengan demikian variabel *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Hal ini dapat terjadi karena keyakinan responden akan kemampuan diri dan kelengkapan sarana dan prasarana serta dukungan pihak pemerintah desa merupakan hal yang paling utama dalam upaya mewujudkan harapan masyarakat akan adanya Industri Batik di Desa Gambarsari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Uji F dan Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa baik secara simultan maupun secara parsial variabel *Attitude, Subjective norm,* dan *Perceived Behavioral Control* mempunyai pengaruh yang postif terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) atau minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga. Hasil perhitungan elastisitas menunjukkan nilai elatisitas terbesar adalah variabel *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3), dengan demikian variabel *Perceived Behavioral Control* (Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga.

Berkaitan dengan hasil penelitian yang diperoleh, maka pihak maka sebaiknya pihak Pemerintah Kabupaten Purbalingga, khususnya Dindagkop dapat memanfaatkan kondisi ini dengan memberikan perhatian yang khusus terhadap potensi pengembangan batik di Desa Gambarsari. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan secara terus menerus serta memberikan berbagai fasilitas yang di butuhkan. Variabel *Perceived Behavioral Control*

(Kontrol keperilakuan yang dirasakan) (X3) sebagai variabel yang paling berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Gambarsari untuk mengembangkan industri kreatif batik Purbalingga sebaiknya menjadi prioritas perhatian, antara lain dengan memberikan sarana dan prasarana yang memadai serta meningkatkan potensi Sumber Daya Manusia (SDM) pengrajin batik dengan memberikan pelatihan dan pendampingan secara terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

Ayudea, Fani et al. 2009. *Melestarikan Budaya Batik dan Keris*. http://www.suaramerdeka.com. [1 Agustus 2009]

Dewan Bahasa dan Pustaka. 2001. Dewan Sastra. DBP. Jakarta.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia.. Rencana Pengembangan ekonomi Kreatif Indonesia 2009

Dharmmesta, Basu Swasta, *Theory Of Planned Behaviour* Dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen, Jurnal Kelola, No 18/VII/1998.

Fishbein, M. A. & Ajzen, Ijcek, 1975. *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research.* Reading, MA:Addison-Wesley.

Fuadi, Dedi et al. 2009. *Batik*. http://pesonabatik.site40.net/index.html [10 Oktober 2009]

Kerlogue, F. G. 2004. *Batik : Design, Style, & History*. London: Thames & Hudson.

Kompas Jawa Tengah, 21 April 2008, "Kreasi Corak Batik Purbalingga Kurang Berkembang"

Steen, G. L. 1996. *Batik: A Play of Lights and Shades*. Jakarta: Gaya Favourite Press.

Suliyanto, 2010. Pengembangan Model Strategi Bersaing Batik Purbalingga; Kajian dengan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), Unsoed (tidak dipublikasikan)

Utomo, Y. W. 2009. *Kursus Batik, Menyelami Budaya Batik Tulis hingga Lukis*. http://www.yogyes.com. [1 Oktober 2009)

http://www.purbalinggakab.go.id Selasa, 12 Mei 2009. "Pengrajin Batik Purbalingga, Perlu Regenerasi dan Kreasi Baru" (diakses 25 April 2010)

Kompas Jawa Tengah, 21 April 2008, "Kreasi Corak Batik Purbalingga Kurang Berkembang"

IMPROVING TRANSFORMATIVE LEARNING THROUGH INNOVATION DIVERSITY IN ACHIEVING BUSINESS PERFORMANCE

Endang Tjahjaningsih[1)]
E-mail : e.cahyaningsih@gmail.com
[1)]Economics Faculty of Stikubank University, Semarang

ABSTRACT

This study describes the importance of transformative learning as a link between explorative and exploitative learning. Transformative learning refers to the retention of knowledge over time in a dynamic environment. The knowledge that has been good maintained to be reactivated through organizational experience. The balance of explorative, transformative, and exploitative learning will affect innovation diversity and business performance. The learning process is exploratory, transformative, and exploitative different, but mutually dependent and mutually supportive experience. This study offers empirical model

development learning organizational in influencing the innovation diversity, in order to obtain clarity of how to increase the innovation diversity in achieving business performance. This study incorporates Resources Based Theory, and Organizational learning theory. Organizational learning theory to explain the spread of transformative learning into the realm of Resources Based Theory, which is the realm of capabilities and innovation that is a competitive advantage to a business performance.

Keywords: *Transformative Learning, Innovation Diversity, and Business Performance*

ABSTRAK

Studi ini menjelaskan pentingnya pembelajaran transformatif sebagai penghubung antara pembelajaran eksploratif dan eksploitatif. Pembelajaran transformatif mengacu pada mempertahankan pengetahuan sepanjang waktu pada lingkungan yang dinamis. Pengetahuan yang sudah terjaga baik harus diaktifkan kembali melalui pengalaman organisasi. Kreativitas pembelajaran transformatif mempengaruhi kreativitas inovasi dengan memelihara pengetahuan dan mengaktifkan kembali pengetahuan. Keseimbangan pembelajaran eksploratif, transformatif, dan eksploitatif akan mempengaruhi keragaman inovasi dan kinerja bisnis. Proses pembelajaran eksploratif, transformatif, dan eksploitatif berbeda-beda, tetapi saling mengalami ketergantungan dan saling mendukung. Studi ini menawarkan pengembangan model empirik pembelajaran organisasional dalam mempengaruhi keragaman inovasi, sehingga diperoleh kejelasan bagaimana meningkatkan keragaman inovasi dalam mencapai kinerja bisnis. Studi ini menggabungkan *Resources Based Theory*, dan *Organizational learning theory*. Teori pembelajaran organisasional memberikan penjelasan tentang penyebaran pembelajaran transformatif ke ranah *Resources Based Theory*, yaitu ranah kapabilitas dan inovasi yang merupakan keunggulan bersaing pada suatu kinerja bisnis.

Kata kunci: Pembelajaran Transformatif, Keragaman Inovasi Dan Kinerja Bisnis.

PENDAHULUAN

Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah selalu mengalami kenaikan karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi usaha mikro, kecil dan menengah terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Namun demikian masih sangat banyak kendala yang harus dihadapi, sehingga kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah untuk tetap

meningkatkan pengetahuannya melalui proses pembelajaran organisasional menjadi masalah yang penting untuk dapat meningkatkan perekonomian.

Penelitian Lopez et al., (2005) memberikan hasil bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh positif terhadap inovasi dan daya saing serta pada kinerja keuangan maupun kinerja bisnis. Dalam perspektif perilaku organisasi, pembelajaran individu terjadi ketika terus-menerus mengasimilasi pengetahuan baru melalui pengalaman dan dari sumber yang lain. Proses ini meningkatkan kecerdasan dan kemampuan individu. Pada saat proses belajar menyatu dengan para anggota organisasi, orientasi belajar atau budaya belajar terbentuk dan pembelajaran organisasi akan muncul dengan menggunakan empat dimensi atau fase-fase yang mencakup: akuisisi pengetahuan melalui pengembangan sumber eksternal maupun internal; distribusi dengan menyebarkan pengetahuan pada anggota organisasi; interprestasi organisasi untuk mencapai pemahaman seperti koordinasi dalam pengambilan keputusan baik bagi anggota organisasi; serta memori organisasi yang memberikan dukungan pada sekumpulan pengetahuan untuk penggunaan mendatang dalam sistem organisasi yang didesain untuk tujuan organisasi atau dalam bentuk aturan, prosedur dan sistem lain.

Selanjutnya Atuahene at al., (2007) dan Lichtenthaler (2009) memberikan hasil penelitian bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi, sementara 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. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh positif terhadap inovasi dan daya saing serta pada kinerja keuangan maupun kinerja bisnis.

Kreativitas dalam pengembangan perlu dilakukan juga oleh usaha mikro, kecil dan menengah 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. Pembelajaran organisasional diikuti dengan kreativitas inovasi penting bagi usaha mikro, kecil dan menengah agar usaha tetap berjalan karena kegiatan kreativitas inovasi berpengaruh terhadap kegiatan operasional perusahaan (Ahmadi, 2009).

Untuk itu diperlukan pembelajaran organisasional baik pembelajaran eksploratif, transformatif, dan eksploitatif dalam mempengaruhi keragaman inovasi. Pembelajaran transformatif perlu dilakukan karena menghubungkan pembelajaran eksploratoris dan eksploitatif, dan juga mengacu pada upaya mempertahankan pengetahuan sepanjang waktu (Lane et.al; 2006). Proses pembelajaran eksploratif,

transformatif, dan eksploitatif berbeda-beda, tetapi saling mengalami ketergantungan dan saling mendukung. Selanjutnya dengan meningkatkan proses pembelajaran eksploratif, transformatif dengan diikuti kreativitas inovasi, dan eksploitatif akan mampu meningkatkan keragaman inovasi dalam mencapai peningkatan kinerja bisnis. Berdasarkan pada permasalahan yang bersumber pada perbedaan hasil penelitian pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kinerja bisnis, maka dibuat kajian teoritis meningkatkan kreativitas pembelajaran transformatif melalui keragaman inovasi dalam mencapai kinerja bisnis. Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan pendekatan teoretikal dalam menelusuri dan menganalisis pembelajaran eksploratif, transformatif, dan eksploitatif untuk meningkatkan kinerja bisnis dan memberikan penjelasan dengan mengisi gap penelitian hubungan pembelajaran organisasional dengan kinerja bisnis.

Kajian Pustaka

Pandangan *Resource-Based View* (RBV)

Pandangan *Resource-Based View* (RBV) menjelaskan asset srategis sebagai sumber yang langka, berharga, dapat ditiru dengan tidak sempurna dan tidak tergantikan. Sumber tersebut terikat semi-permanen dengan perusahaan (Wernerfelt, 1984) dan mempertinggi kemampuan berorganisasi perusahaan, seperti sistem manajemen dan pengetahuan teknis. Organisasi yang berorientasi pada pembelajaran secara konsisten mempertinggi kemampuan mereka yang telah ada melalui pengalaman. Pandangan *Resource-Based View* (RBV) dari manajemen strategis termasuk mengkaji sumber dan kemampuan perusahaan yang memungkinkan untuk menghasilkan tingkat keuntungan di atas normal dan manfaat kompetitif yang terus menerus.

Pembelajaran individu terjadi ketika terus-menerus mengasimilasi pengetahuan baru melalui pengalaman dan dari sumber yang lain. Proses ini meningkatkan kecerdasan dan kemampuan individu. Pada saat proses belajar menyatu dengan para anggota sebuah organisasi, orientasi belajar atau budaya belajar terbentuk dan pembelajaran organisasi muncul. Dari perspektif *contingency* tentang pandangan *Resource-Based Theory* (RBT), bagi perusahaan yang mengadopsi strategi kepemimpinan biaya, fokus untuk mengurangi biaya sumber dana yang sudah ada untuk memaksimalkan keuntungan, efek dari pembelajaran organisasi menjadi berkurang. Orientasi pembelajaran yang kuat, yang membutuhkan usaha yang sungguh sungguh dari manajemen untuk membantu perkembangan dan yang membutuhkan biaya tertentu, mungkin tidak sesuai bagi perusahaan yang mengadopsi strategi kepemimpinan biaya (Yeung, Lai and Yee, 2007)

Organisasi yang mengadopsi strategi perbedaan fokus pada inovasi produk, fitur produk dan kualitas produk serta kemampuan pelayanan. Sebagai hasilnya, pembelajaran organisasi menjadi lebih kritis.

Dengan cara yang sama, organisasi yang beroperasi dalam lingkungan dengan teknologi tinggi mengadopsi teknologi pemrosesan yang maju, membutuhkan level pengetahuan teknis yang lebih tinggi. Pembelajaran organisasi memainkan peran krusial dalam organisasi jenis ini. Dengan kata lain, pilihan strategis organisasi mengenai teknologi dan operasinya memperhalus dampak dari pembelajaran organisasi pada kinerja bisnis (Yeung, Lai and Yee, 2007)

Keragaman Inovasi (*Diversity In Innovation*)

Pandangan *Resource-Based View* (RBV) berpendapat bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan jauh lebih penting daripada struktur industri dalam meperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Pendekatan ini memandang organisasi sebagai sekumpulan asset dan kapabilitas. Keragaman dalam inovasi (*diversity ini innovation)* mengarahkan pada inovasi produk dan inovasi proses serta konsekuensinya (Crespi dan Pinata, 2008). Kedua tipe inovasi tersebut berhubungan secara terbuka dan dalam banyak aktivitas inovasi dalam organisasi, kedua inovasi tersebut seringkali bekerja secara bersama-sama. Keragaman inovasi dikembangkan dengan pedoman mengidentifikasikan hubungan antara inovasi dan kinerja pada industri-industri di negara berkembang mempercayakan pada inovsi produk serta pada perbaikan inovasi proses. Geroski dan Markides (2005) menjelaskan inovasi sebagai proses merealisasikan suatu temuan baru untuk dapat menjadi produk yang mudah diterima konsumen.

Kecenderungan perusahaan untuk berinovasi (*innovativeness)* mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksprimen dan proses kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru, ataupun proses teknologi (Lumpkin dan Dess, 2005). Jadi merupakan kemauan dasar untuk meninggalkan praktek-praktek yang lama dan sudah ada untuk mencari hal-hal baru untuk menuju kearah yang lebih baik. Secara luas inovasi produk menunjukkan perubahan dalam produk akhir atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi sementara inovasi proses menunjukkan perubahan dalam cara perusahaan memproduksikan produk atau jasa akhir. Inovasi produk maupun inovasi proses akan menghasilkan produk baru secara lebih cepat daripada yang dilakukan oleh pesaing sehingga memberikan kemungkinan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan

Davila et al., (2006) memberikan pemahaman 3 tipe generik inovasi: inkremental, semi radikal, dan radikal. Inovasi inkremental hanya membawa sedikit peningkatan pada produk dan proses yang sudah ada. Inovasi ini bisa dianggap sebagai latihan menyelesaikan masalah dengan sasaran yang jelas, namun yang perlu dipikirkan adalah cara menuju sasaran tersebut. Inovasi semi radikal bisa membawa perubahan penting bagi lingkungan kompetitif yang tidak bisa dilakukan oleh inovasi inkremental. Inovasi radikal biasanya membawa

perubahan fundamental bagi lingkungan kompetitif dalam sebuah industri. Inovasi radikal ini menghasilkan produk barang dan jasa baru yang disampaikan sepenuhnya dengan cara-cara yang baru.

Pembelajaran Organisasional (*Organizational Learning)*

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. Lichtenthaller (2009) dalam penelitiannya membagi proses pembelajaran organisasional dalam 3 bagian yaitu pembelajaran eksploratif, pembelajaran transformatif dan pembelajaran eksploitatif. Ketiga proses pembelajaran tersebut memiliki fungsi yang berbeda dalam perusahaan akan tetapi satu sama lain saling mendukung.

Pembelajaran Eksploratif

Pembelajaran eksploratoris mengacu pada pemerolehan pengetahuan (Lane et..al, 2006). Dimulai dengan kebutuhan akan pengetahuan, banyak perusahaan membuat mekanisme *scanning* untuk mengetahui sumber-sumber eksternal pengetahuan. Dengan dasar ini, perusahaan mengasimilasi pengetahuan dengan mengintegrasikannya ke dalam basis pengetahuan. Termasuk didalamnya pemahaman yang mendetil mengenai semua hal yang relevan dengan metode *problem-solving* diperlukan untuk memfasilitasi penerapan pengetahuan yang mengikutinya. Pembelajaran eksploratoris dalam konteks kapasitas absorpsi terdiri dari dua tingkatan yang penting: mengenali pengetahuan eksternal dan mengasimilasi (menyerap) pengetahuan tersebut.

Pembelajaran Eksploitatif

Pembelajaran eksploratif dan eksploitatif tidaklah cukup untuk melanjutkan performa yang lebih baik ketika pengetahuan kumulatif dilibatkan, waktu masuknya sangatlah penting, atau kondisi lingkungan sangat dinamis. Untuk menghindari hilangnya keterampilan dan rutinitas, perusahaan harus secara aktif mengatur retensi pengetahuan untuk menjaga pengetahuan yang sudah terasimilasi tetap bertahan. Untuk eksploitasi selanjutnya, pengetahuan yang sudah terjaga baik harus diaktifkan kembali dengan menginternalkannya lagi melalui pengalaman.

Pembelajaran Transformatif

Pembelajaran transformatif kapasitas serapan terdiri dari dua tingkat penting: menjaga pengetahuan yang sudah diasimilasi dan mengaktifkan kembali pengetahuan tersebut. Pembelajaran eksploitatif berfokus pada pengetahuan dalam konteks produk atau layanan, dan pembelajaran ini menjangkau penyerapan pengetahuan eksternal (Lane et.al; 2006). Secara khusus, pembelajaran eksploitatif dihubungkan dengan pemaduan

pengetahuan dan pasar. Setelah menentukan penerapan potensial, sebuah perusahaan menerapkan pegetahuan, dan hal tersebut menimbulkan langkah eksploitasi. Pembelajaran eksploitatif dalam konteks kapasitas absorbtif terdiri dari dua tingkatan proses mengubah pengetahuan yang telah diserap dan menerapkan pengetahuan tersebut.

Keseimbangan Pembelajaran Eksploratif, Eksploitatif Dan Transformatif

Ketiga proses pembelajaran memiliki fungsi yang berbeda dalam perusahaan dalam rangka mendukung pengetahuan eksternal (Lane et.al; 2006). Dalam pembelajaran eksploratif, sebuah perusahaan biasanya memiliki pengetahuan pasar yang cukup karena hal tersebut mencapai pengetahuan teknologi eksternal tertentu untuk penerapan tertentu. Pengetahuan teknologi mewakili komponen pengetahuan yang penting dalam pembelajaran eksploratif. Pengetahuan pasar sangatlah penting dalam pembelajaran eksploratif karena perusahaan telah menyerap pengetahuan teknologi dan mengidentifikasi aplikasi. Untuk pembelajaran transformatif, dua komponen tersebut tampak sama pentingnya karena pemertahanan teknologi bergantung pada teknologi dan pengetahuan pasar sebelumnya. Pengembangan bergantung proses pembelajaran ini dengan demikian harus melibatkan kedua komponen tersebut, dan hal ini digambarkan oleh kebutuhan akan asset penyeimbang dalam eksploitasi teknologi (Teece, 2007).

Katila dan Ahuja (2002) menunjukkan bahwa perusahaan secara simultan melakukan pembelajaran eksploitatif dan eksploratif dalam pemerolehan pengetahuan eksternal sedangkan Lane et.al; (2006) menunjukkan bahwa kebersamaan ketiga proses pembelajaran tersebut cenderung saling melengkapi karena dampak mereka pada inovasi dan kinerja tampak bergantung satu sama lain. Hal tersebut menjelaskan serangkaian proses sebagai keseimbangan ketika mereka bisa meningkatkan keuntungan satu sama lain. Proses pembelajaran penyeimbang berbeda-beda, tetapi mereka saling bergantung dan saling mendukung.

Keuntungan yang bisa dicapai dari proses penyeimbangan ini adalah lebih besar dibanding hasil keuntungan yang didapat dari satu proses saja. Perusahaan dengan proses pembelajaran eksploitatif akan memunculkan berbagai inovasi dari basis kecil pengetahuan yang diserap. Sebaliknya, sebuah perusahaan bisa saja gagal untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah mereka serap karena terbatasnya pembelajaran eksploitatif (Lichtenthaller, 2009). Profit biasanya didapat dari pembelajaran eksploitatif, perusahaan biasanya berlebihan menggunakan proses ini. Dampak positif pembelajaran eksploitatif tampak pada tingkat terbatas tertentu jika tingkat eksplorasi pengetahuan dan penahanannya terbatas (Katila dan Ahuja, 2002). Dengan memperhatikan keseimbangan ini, proses pembelajaran perlu diseimbangkan karena batas

kebermanfaatan dalam memperluas satu proses lebih rendah dalam perusahaan yang proses-proses lainnya langka. Kapasitas serapan cenderung membentuk keseluruhan yang lebih besar dari ketiga proses tersebut. Keseimbangan proses pembelajaran memberikan nilai unik dalam perusahaan.

Sinergi dari ketiga proses ini membawa pada keuntungan yang memperbesar dampak positif dari proses individual. Proses penyeimbangan ini sulit untuk diobservasi dan menyebabkan kurang jelas ketimbang proses-proses individual. Para pesaing akan mendapatkan sedikit keuntungan dari peniruan jika mereka tidak meniru kapasitas penyerapan keseluruhan perusahaan. Seperti kegagalan dalam proses pembelajaran, peniruan proses tertentu bisa memberikan dampak negatif (March, 1991).

Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian Empirik

1. Pengaruh Pembelajaran Eksploratif Terhadap Keragaman Inovasi

Dalam pembelajaran eksploratif (*exploratory learning*), pengetahuan yang berhubungan sebelumnya merupakan faktor penting. Untuk kesuksesan pemerolehan pengetahuan dari pengetahuan teknologi eksternal, perusahaan membutuhkan komponen pengetahuan sebelumnya, tetapi mereka cenderung mencari pengetahuan pasar yang cukup karena mereka biasanya mendapatkan pengetahuan untuk penerapan tertentu. Pengetahuan tentang teknologi sebelumnya sangatlah penting karena hal tersebut membantu perusahaan untuk mengetahui sumber pengetahuan eksternal dan untuk mengasimilasi pengetahuan tersebut.

Pembelajaran eksploratif bisa membantu meningkatkan perubahan kondisi lingkungan dengan menciptakan produk-produk baru dan memenuhi kebutuhan pasar yang tengah berkembang (Jensen et al., 2005). Slater and Narver (1995) memberikan hasil bahwa pembelajaran eksploratif sebagai faktor yang diperlukan dalam melakukan terobosan dalam inovasi. Hasil penelitian Atuahene at al., (2007), Lichtenthaler (2009) menghasilkan temuan bahwa pembelajaran eksploratif berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi. Sehingga semakin tinggi pembelajaran eksploratif diharapkan memberikan dampak positif pada keragaman inovasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: Semakin tinggi pembelajaran eksploratif, semakin tinggi keragaman inovasi

2. Pengaruh Pembelajaran Transformatif Terhadap Kreativitas Inovasi

Pembelajaran transformatif (*transformative learning*) menghubungkan pembelajaran eksploratoris dan eksploitatif, dan juga mengacu pada pemeliharaan pengetahuan sepanjang waktu (Lane et.al; 2006). Untuk secara sukses mempertahankan pengetahuan, perusahaan perlu cukup pengetahuan tentang teknologi dan pasar sebelumnya (Teece, 2007). Semakin banyak pengetahuan teknologi yang

dimiliki perusahaan, makin mudah baginya untuk untuk menjaga dan mengaktifkan kembali pengetahuan tambahan. Pengetahuan pasar penting untuk memutuskan untuk mempertahankan pengetahuan, menggabungkannya dengan pengetahuan lain dan untuk mengaktifkannya kembali.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmadi (2009) memberikan hasil bahwa kegiatan kreativitas inovasi berpengaruh terhadap operasional perusahaan. Selanjutnya Rakhsh dan Ahmadi (2011) menyatakan bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh positif terhadap kreativitas inovsi. Sehingga semakin tinggi pembelajaran transformatif diharapkan memberikan dampak positif pada kreativitas inovasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H2: Semakin tinggi pembelajaran transformatif, semakin tinggi kreativitas inovasi

3. Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Keragaman 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. 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 mengidentifikasikan perbedaan dalam kinerja produk dan perusahaan berdasarkan konteks perusahaan skala kecil dan menengah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kreativitas inovasi berpengaruh terhadap keragaman inovasi. Sehingga semakin tinggi kreativitas inovasi diharapkan memberikan dampak positif pada keragaman inovasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H3: Semakin tinggi kreativitas inovasi, semakin tinggi keragaman inovasi

4. Pengaruh Pembelajaran Transformatif Terhadap Keragaman Inovasi

Pengetahuan pasar penting untuk memutuskan untuk mempertahankan pengetahuan, menggabungkannya dengan pengetahuan lain dan untuk mengaktifkannya kembali (Marsh dan Stock, 2006). Perusahaan membutuhkan pengetahuan pasar dan teknologi sebelumnya untuk mempertahankan pengetahuan. Berbeda dengan pembelajaran eksploratoris dan eksploitatif, baik teknologi maupun pasar tidak cenderung muncul dalam perusahaan pada level yang mencukupi. Perbedaan pengetahuan pasar dan teknologi cenderung mempengaruhi perbedaan perusahaan. Pembelajaran transformatif sangatlah penting karena pengetahuan yang telah diserap terkadang harus

dipertahankan beberapa tahun sampai pengetahuan tersebut akhirnya diterapkan pada produk baru.

Perusahaan yang mampu belajar mengenai *customer*, competitor dan para pembuat regulasi mendapat kesempatan yang lebih baik dalam menelaah dan bertindak terhadap peristiwa dan tren di pasar. Hasil penelitian Lane et al, (2006), Lichtenthaller (2009) menghasilkan temuan bahwa pembelajaran transformatif berpengaruh positif signifikan terhadap keragaman inovasi. Sehingga semakin tinggi pembelajaran transformatif diharapkan memberikan dampak positif pada keragaman inovasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H4: Semakin tinggi pembelajaran transformatif, semakin tinggi keragaman inovasi

5. Pengaruh Pembelajaran Eksploitatif Terhadap Keragaman Inovasi

Pembelajaran eksploitatif (*exploitative learning*) berfokus pada pengetahuan dalam konteks produk atau layanan, dan pembelajaran ini menjangkau penyerapan pengetahuan eksternal (Lane et.al; 2006). Untuk secara sukses mengeksploitasi pengetahuan, sebuah perusahaan perlu pengetahuan pasar sebelumnya. Setelah mengasimilasi pengetahuan eksternal, sebuah perusahaan biasanya memiliki pemahaman mendalam mengenai pengetahuan teknologi. Pengetahuan pasar dengan demikian menentukan jika kesempatan eksploitasi ditemukan dan berada dalam arena dimana kesempatan itu ditemukan.

Perusahaan dengan tingkat pembelajaran eksploitatif yang tinggi bisa mencapai kinerja yang lebih baik dengan menggunakan pengetahuan yang telah diserap dalam proses inovasi. Selain menggabungkan pengetahuan dengan aplikasinya, pembelajaran eksploitatif mengubah pengetahuan mejadi produk (Tsai, 2001). Berdasar pengetahuan pasar sebelumnya, pembelajaran eksploitatif lebih menentukan seberapa pengetahuan yang diserap diubah menjadi produk baru. Hasil penelitian Lane et al, (2006), Lichtenthaller (2009) menghasilkan temuan bahwa pembelajaran eksploitatif berpengaruh positif significant terhadap keragaman inovasi. Sehingga semakin tinggi pembelajaran eksploitatif diharapkan memberikan dampak positif pada keragaman inovasi. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H5: Semakin tinggi pembelajaran eksploitatif, semakin tinggi keragaman inovasi

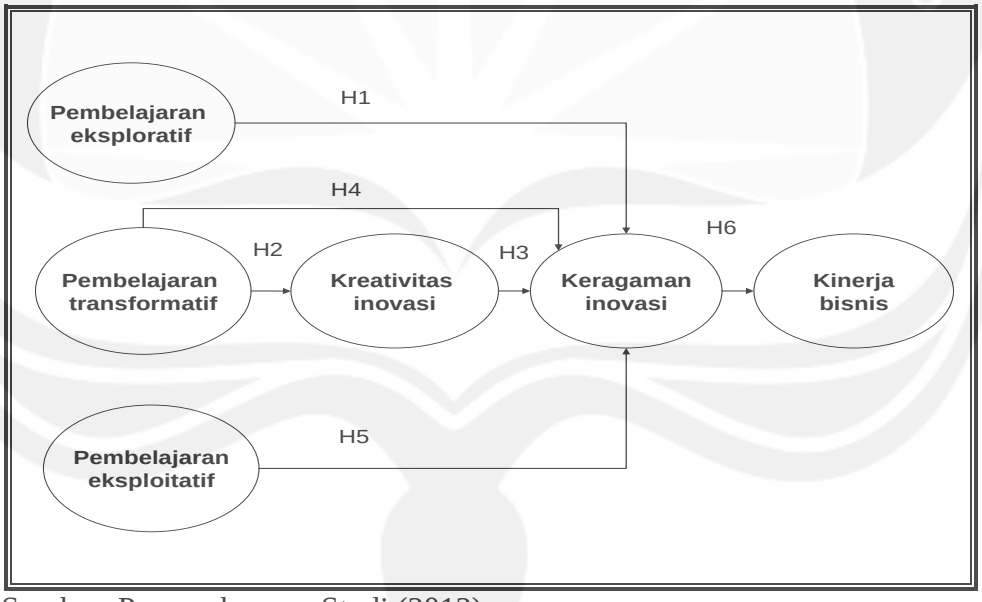
6. Pengaruh Keragaman Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil temuan Wolfgang (2004) menggambarkan adanya keengganan sebuah resiko yang lebih tinggi dari perusahaan besar, seperti yang telah diasumsikan sebelumnya dalam penelitian lain. Dibandingkan dengan perusahaan kecil, dalam penelitian ini perusahaan besar tampaknya cenderung untuk melakukan aktifitas inovasi produk yang disanggupi khususnya untuk modifikasi kecil

dari produk yang sudah ada, sehingga menghadapi resiko yang lebih kecil dan kesulitan yang lebih sedikit daripada seperti kasus pada saat perkenalan perusahaan atau bahkan inovasi pasar. Tingkat yang relatif lebih rendah dari aktifitas inovasi dari perusahaan mungkin merefleksikan fakta bahwa perusahaan besar menggunakan alternative strategi untuk keragaman inovasi. Kropp, Lindsay dan Shoham (2005) inovasi didukung dengan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja. Dibrell et al., (2008) meyatakan bahwa tingkat inovasi produk dan inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Paladino (2007) menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara inovasi dan kinerja keseluruhan. Pinho (2007) menyatakan bahwa inovasi organisasi, proses admintratif, inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja. Sehingga semakin tinggi keragaman inovasi diharapkan memberikan dampak positif pada kinerja perusahaan. Berdasarkan paparan di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

H6: Semakin tinggi keragaman inovasi, semakin tinggi kinerja bisnis

Selanjutnya berdasarkan kajian dan pengembangan hipotesis, maka dapat dibangun suatu model penelitian empirik seperti berikut :



Sumber: Pengembangan Studi (2012)

Gambar 1: Model Penelitian Empirik

PEMBAHASAN

Studi ini memberi dukungan empirik terhadap *Resources Based Theory*, dan dan Teori Pembelajaran Organisasional (*Organizational Learning Theory*) yang saling berkaitan. Teori pembelajaran organisasi memberikan penjelasan proses pembelajaran organisasi baik pembelajaran eksploratif, pembelajaran transformatif diikuti kreativitas inovasi, dan pembelajaran

eksploitatif untuk meningkatkan keragaman inovasi. Dengan didukung derajat pembelajaran organisasi maka akan semakin tinggi keragaman inovasi untuk mencapai peningkatan kinerja bisnis. Hal ini bermakna bahwa keberhasilan perusahaan berdasar sumber daya yang spesifik *company specific resources* (CSR) dalam perusahaan. Keragaman inovasi sebagai pencapaian orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik-*Orientation On The Advantage Of Specific Creative Technique* dalam meningkatkan kinerja organisasi (Tjahjaningsih, 2012). Hasil penelitian ini sesuai dengan *Resources Based Theory* bahwa keberhasilan perusahaan berdasarkan berasal dari karakteristik sumber daya dalam perusahaan dengan menggunakan berbagai proses organisasi untuk mencapai hasil yang diinginkan.

PENUTUP

Studi ini berhasil menawarkan pengembangan dalam model empirik dimulai dari faktor-faktor yang mempengaruhi keragaman inovasi baik inovasi produk maupun inovasi proses dengan meningkatkan pembelajaran organisasi baik pembelajaran eksploratif, pembelajaran transformatif diikuti kreativitas inovasi, dan pembelajaran eksploitatif, sehingga dapat diperoleh kejelasan tentang bagaimana meningkatkan kinerja bisnis. Teori pembelajaran organisasional memberikan penjelasan tentang penyebaran pembelajaran transformatif ke ranah *Resources Based Theory*, yaitu ranah kapabilitas dan inovasi yang merupakan keunggulan bersaing pada suatu kinerja bisnis.

Keterbatasan

Studi ini mempunyai keterbatasan pada penggunaan variabel yaitu pengembangan dalam model empirik dimulai dari faktor-faktor yang mempengaruhi keragaman inovasi produk dengan menggunakan variabel pembelajaran eksploratif, pembelajaran transformatif, kreativitas inovasi, dan pembelajaran eksploitatif untuk meningkatkan kinerja bisnis.

KESIMPULAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan yang bersumber pada perbedaan hasil penelitian sebelumnya, yaitu pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kinerja bisnis. Penelitian Lopez et al., (2005), Atuahene at al., (2007), Lichtenthaler (2009) memberikan hasil bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Namun demikian Jimenez et al., (2008) dan Liao et al., (2009), mengemukakan bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja, maka dapat diperoleh upaya–upaya dimana menghasilkan 4 cara menuju peningkatan keragaman inovasi dan selanjutnya pada peningkatan kinerja bisnis.

1. Upaya peningkatan kinerja bisnis dapat dicapai dengan meningkatkan pembelajaran eksploratif yang mendorong keragaman inovasi.

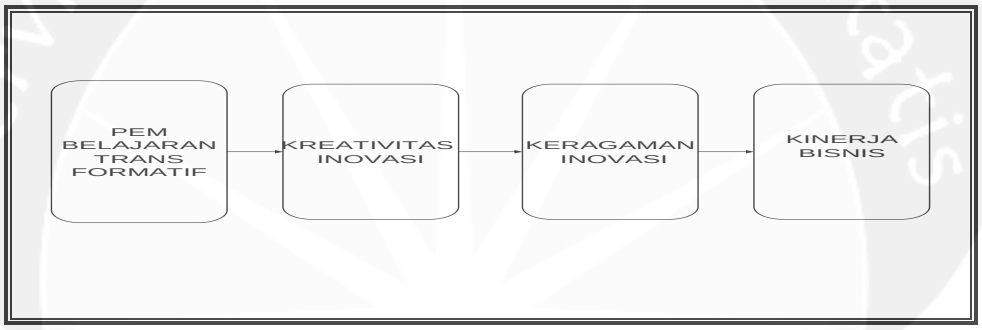
Langkah tersebut tersaji pada Gambar 2 berikut ini:



Sumber: Pengembangan Studi (2012)

Gambar 2: Upaya Ke-1 Peningkatan Kinerja Bisnis

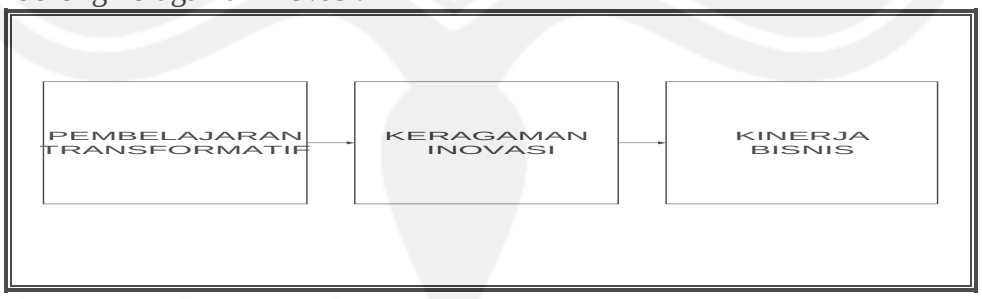
2. Upaya peningkatan kinerja bisnis dapat dicapai dengan meningkatkan pembelajaran transformatif diikuti kreativitas inovasi yang mendorong keragaman inovasi. Langkah tersebut tersaji pada Gambar 3 berikut ini:



Sumber: Pengembangan Studi (2012)

Gambar 3: Upaya Ke-2 Peningkatan Kinerja Bisnis

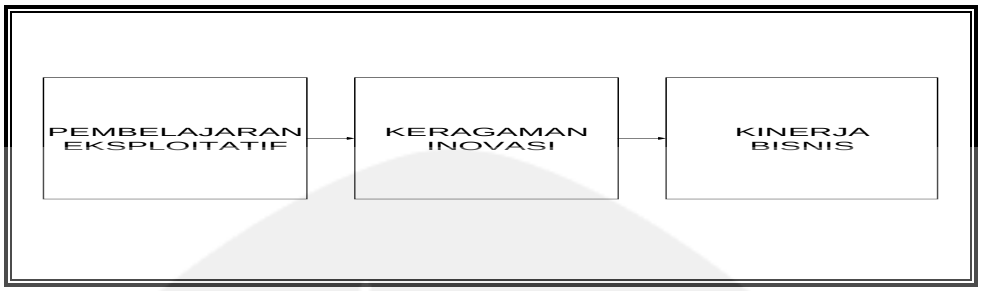
3. Upaya peningkatan kinerja bisnis dapat dicapai dengan meningkatkan pembelajaran transformatif yang mendorong keragaman inovasi. Langkah tersebut tersaji pada Gambar 4 berikut ini:



Sumber: Pengembangan Studi (2012)

Gambar 4: Upaya Ke-3 Peningkatan Kinerja Bisnis

4. Upaya peningkatan kinerja bisnis dapat dicapai dengan meningkatkan pembelajaran eksploitatif yang mendorong keragaman inovasi. Langkah tersebut tersaji pada Gambar 5 berikut ini:

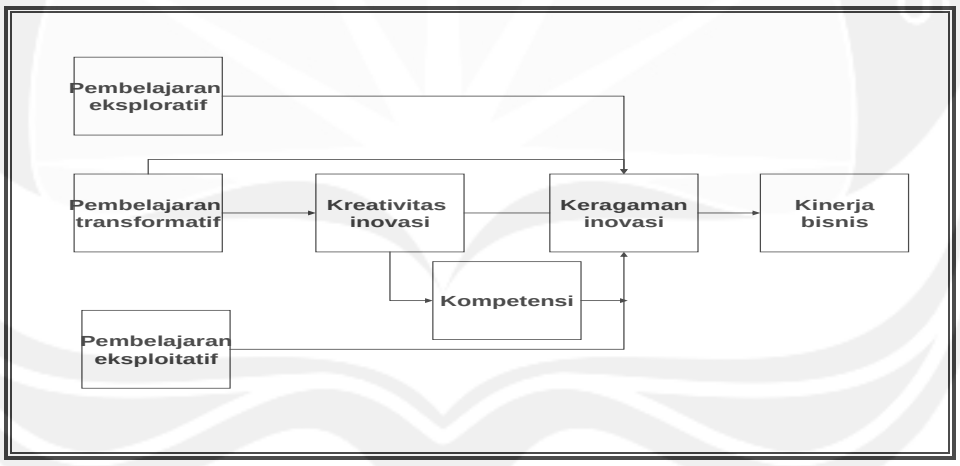


Sumber: Pengembangan Studi (2012)

Gambar 5: Upaya Ke-4 Peningkatan Kinerja Bisnis

Rekomendasi Pengembangan Mendatang

Untuk pengembangan mendatang obyek tidak terbatas pada entrepreneur tetapi juga bisa diaplikasikan pada kompetensi profesi lain. Masih memungkinkan menambah determinan lain untuk menjelaskan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, yaitu pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kinerja bisnis kreativitas inovasi, misalnya kompetensi (Dissanayaka, 2010). Gambar tersaji berikut ini:



Sumber: Pengembangan Studi (2012)

Gambar 6: Rekomendasi Pengembangan Mendatang

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, (2009), A Study Of Relationship Between Managers Triald Skills And Effectiveness Of High School Indistrict One Of Shiraz, *New Approach In Educational Administration*, Vol. 2, No.4

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

Crespi, Francesco dan Pinata, Maria (2008), Diversity In Innovation and Productivity In Europe, *J Evol Econ*,18,529-545

Davila, Epstein, Shelton, (2006), *Making Innovation Work, How to Manage It, Measure It, And Profit From It*, Wharton School Publishing

Dess, G Gregory, Lumpkin, G.T, (2005), The Role of Entrpreneurial Orientation In Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship: Reseach Briefs, *Academy of Management Eexecutive*, Vol 19, No 1.

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

Dissanayaka, DD, Janadari, MPN, Chathurani R.A.I, (2010), Role Of Emotional Intelligence In Organizational Learning: An Empirical Study Based On Banking Sector In Srilanka, Department Of Human Resource Management, University Of Kelaniya, Srilanka

Geroski, Paul And Markides, Constantinos (2005), Fast Second: How Smart Companies Bypass Radical Innovation To Enter And Dominate New Markets, San Fransisco: Jossey Bass, ISBN 0-7879-7154-5

Jansen, J. J. P., Van den Bosch, F. A. J., and Volberda, H. W.; (2005), Managing Potential and Realized Absorptive Capacity: How Do Organizational Antecedents Matter?;*Academy of Management Journal*, 48: 999–1015.

Jimenz-Jimene, D., R.S. Valle, Adn M.H. Espallardo. (2008), Fostering Innovation, *European Journal Of Innovation Management*, Vol.44 No.3,Pp.389-412.

Katila, R., and Ahuja, G; (2002), Something Old, Something New: A Longitudinal Study of Search Behavior and New-Product Introduction; *Academy of Management Journal*, 45: 1183–1194.

Kim, Jongbae And Wilemon, David (2007), The Learning Organization As Facilitator Of Complex Npd Projects, *Creativity And Innovation Management.*

Kropp, Fredric; Lindsay Noel J; Shoham Aviv; (2006), Entrpreneurial, Market And Learning Orientation And International Entrepreneurial Business Ventures Performance In South African Firms; *International Marketing Review*; Vol. 23 No.5 pp. 504-523.

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.

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.

Lichtenthaler, Ulrich; (2009), Absortive Capacity, Environmental Turbulance, And The Complementary 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 Organinisation*,12

March, J. G. (1991). Exploration And Exploitation In Organizational

Learning; *Organization Science*, 2: 71–87.

Marsh, S. J., & Stock, G. N; (2006), Creating Dynamic Capability: The Role of Intertemporal Integration, Knowledge Retention, and Interpretation;. *Journal of Product Innovation Management*, 23: 422–436.

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 Entreprises: The Mediating Effect of Customer Orientataion And Innovation, *International Journal of Quality and reliability Management*, Vol 25, No 3

Rakhsh, P Dan Ahmadi, E (2011). Creativity Organizational Learning And Operation International Conference On Educational And Management Terchnology. IEPEDR. Vo.13 IACSIT Press, Singapore

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.

Slater SF and Narver, JC, (1995), Market Orientation And The Learning Organisation, *Journal of Marketing*, Vol 59

Teece, D.J (2007), Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal*, 28: 1319–1350.

Tjahjaningsih, Endang, (2012), Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi: Pengambilan Risiko Berinovasi Dan Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik, Disertasi.

Tsai, W;. (2001), Knowledge Transfer In Intraorganizational Networks: Effect Network Position And Absorptive Capacity on Business Unit Innovation And Performance,. *Academy of Management Journal*, 44: 996–1004.

Wernerfelt B, (1984), A Resource-Based Views Of The Firm, *Strategic Management Journal*, 5, 171-180

Wolfgang, Fritz (2004), Determinants Of Product Innovation Activities, Institute Of Marketing, University Of Mannheim, Federal Republic Of Germany, *European Journal Of Marketing*, 23,10

Yeung, Andy, C.,L., Lai, Kee-Hung And Yee, Y., Rachel (2007), Organizational Performance: A Qualitative Investigation, *International Of Production Research*, Vol. 45, No 11, Pp 2459-2477

OPERATIONAL AUDIT PROGRAM FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs)

Fitri Ambarwati[1)]
Paskah Ika Nugroho[1)]
E-mail : paskah@staff.uksw.edu
[1)] Economics and Business Faculty
Satya Wacana Christian University

ABSTRACT

Small and medium enterprises or SMEs are entities that do not separate their task as well as other entities and are dominated by management or owners. This requires management or owner to directly control all activities in SMEs, both in internal control and financial reporting, including policies that are made for the entity. The policies are informal policies that usually unwritten and were constructed by experiences in the past. Nowdays, are those policies still significant to apply? It is important to know the answer before we can do operational audit in SMEs. But the important question is, can we apply an operational audit in SMEs?This paper aims to analyze the application of operational audit program in SMEs. Results of this research show that operational audit program can be applied in entity that meets the criteria to audit implementation of SMEs. The criteria applied to non-raw, due to the timing of the implementation of the audit to require consideration of the SMEs according to the characteristics of the SMEs.

Keywords: *SMEs, Operational Audit, Operational Audit Program*

ABSTRAK

Entitas Bisnis Kecil (EBK) merupakan entitas bisnis yang memiliki karakteristik pemisahan tugas yang terbatas dan didominasi oleh manajemen atau pemilik. Karakteristik tersebut yang mengharuskan manajemen atau pemilik untuk secara aktif berpastisipasi mengelola EBK di semua aspek, baik dalam pengendalian internal maupun pembuatan laporan keuangan. Hal tersebut termasuk kebijakan-kebijakan yang ditentukan sendiri oleh manajemen EBK yang biasanya hanya dibuat secara informal, tidak tertulis dan berdasarkan pengalaman atau kebiasaan manajemen. Apakah kebijakan tersebut masih signifikan dan dapat digunakan pada kondisi saat ini? Untuk mengetahui jawaban tersebut dapat dilakukan audit operasional pada EBK namun pertanyaan pentingnya, dapatkah audit operasional diterapkan pada EBK? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan program audit operasional pada EBK. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program audit operasional dapat diterapkan pada suatu entitas yang memenuhi kriteria penerapan audit untuk EBK. Kriteria yang diterapkan tidak bersifat baku, karena penentuan penerapan audit pada EBK membutuhkan pertimbanganyang sesuai dengan karakteristik EBK.

Kata kunci: Entitas Bisnis Kecil, Program Audit Operasional

PENDAHULUAN

Audit operasional mengevaluasi efisiensi dan efektivitas pada bagian dari prosedur dan metode operasi organisasi (Arens et al., 2012). Pada umumnya auditor melakukan audit operasional bagi perusahaan yang besar, atau yang lebih memiliki pembagian tugas atau kelompok yang jelas. Namun penerapan audit operasional pada perusahaan kecil seperti entitas bisnis kecil (EBK) akan sangat membantu EBK itu sendiri. Istilah "entitas bisnis kecil" digunakan untuk menyatakan kesederhanaan dalam pengelolaan suatu entitas bisnis dengan jumlah karyawan yang tidak terlalu banyak atau tingkat perputaran aset atau total aset yang rendah. Menurut IAPI (2008) entitas bisnis seperti ini biasanya menunjukkan satu atau dua karakteristik berikut:

1. Pemisahan tugas yang terbatas; atau
2. Dominasi oleh manajemen senior atau pemilik (pemilik-pengelola) terhadap semua aspek pokok entitas.

Pelaksanaan suatu audit operasional dan pelaporan hasilnya tidak semudah pada pelaksanaan audit laporan keuangan dan audit kesesuaian. Pada audit laporan keuangan diharapkan EBK harus sudah mempunyai laporan keuangan untuk kemudian dibandingkan dengan standar yang berlaku. Audit operasional memiliki ruang lingkup yang jauh lebih luas dan lebih fleksibel sehingga dapat diterapkan daripada audit pada laporan keuangan. Efisiensi dan efektivitas jauh lebih sulit untuk dievaluasi secara objektif bila dibandingkan dengan kesesuaian atau penyajian laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi berlaku umum.

Perumusan kriteria untuk mengevaluasi informasi kuantitatif dalam suatu audit operasional sangat bersifat subjektif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Angelica (2009) menunjukkan bahwa EBK tidak memiliki tujuan usaha yang jelas serta tidak memiliki laporan keuangan yang memadai, sehingga peneliti harus terlebih dahulu menentukan tujuannya. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa audit operasional memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pencapaian tujuan dan kinerja. Dengan demikian melalui audit operasional perusahaan diharapkan akan mampu melakukan praktek bisnis terbaik dengan konsep perbaikan berkesinambungan di tiap level manajemen yang mengacu terhadap kehematan, efisiensi, dan efektifitas dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Reider 2002).

UD Bunga Mas merupakan salah satu entitas bisnis yang bergerak dibidang perdagangan beras sekaligus penggilingan padi. UD Bunga Mas didirikan oleh Bapak Maksum sejak tahun 1998 yang berlokasi di Banyubiru tepatnya di desa Kebumen. Dalam menjalankan usahanya UD Bunga Mas mengandalkan kepercayaan kepada karyawan dimana dalam pembagian tugasnya belum jelas dan terorganisir. Sistem akuntansi atau sistem pencatatan yang digunakan UD Bunga Mas juga masih sederhana. Penerapan audit operasional pada EBK, akan memberi pemilik- pengelola rekomendasi perbaikan dengan kondisi sumber daya dan sistem akuntansi yang terbatas untuk mempertahankan kelangsungan usaha ditengah persaingan pasar. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu "Bagaimana program audit operasional untuk entitas bisnis kecil dan hasil auditnya?".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan desain program audit operasional untuk entitas bisnis kecil (EBK). Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi UD Bunga Mas dalam membuat desain audit operasional sehingga diperoleh tujuan usaha yang jelas untuk perbaikan kinerja perusahaan.

METODE ANALISIS

Pengumpulan data dilakukan dengan urut-urutan sebagai berikut:

1. Memperoleh data mengenai struktur usaha, deskripsi tugas, latar belakang perusahaan dari gambaran objek penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik entitas bisnis kecil.
2. Memperoleh data mengenai karakteristik entitas bisnis kecil melalui wawancara dengan pemilik dan observasi.
3. Catatan-catatan lainnya yang dibutuhkan dalam penulisan ini.

Teknik analisis yang dilakukan adalah secara deskriptif kualitatif, agar dapat menggambarkan dengan baik faktor-faktor penentu audit operasional pada entitas bisnis kecil hingga membuat program audit operasionalnya dan memperoleh jawaban mengenai keterterapan audit operasional pada entitas bisnis kecil.

Dalam IAPI (2008) langkah-langkah yang harus dilakukan dalam

penelitian audit pada entitas bisnis kecil adalah:

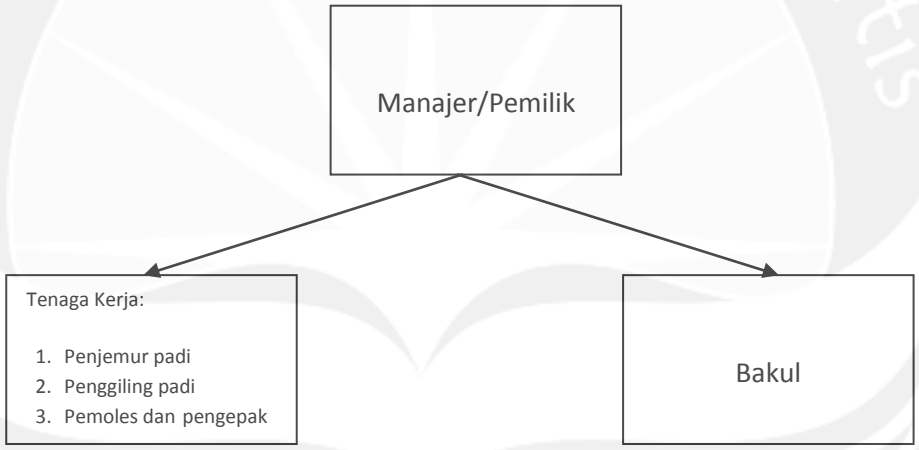
1. Pemahaman atas entitas bisnis kecil.
2. Pemahaman terhadap sistem akuntansi.
3. Analisis resiko.
4. Prosedur analitis.
5. Sifat, waktu dan lingkup prosedur audit.

HASIL ANALISIS

Gambaran Umum Penggilingan Padi UD Bunga Mas Di Banyubiru

Salah satu karakteristik EBK adalah manajemen senior atau pemilik (pemilik- pengelola) yang mendominasi, karena itu dalam struktur organisasi penggilingan padi UD Bunga Mas manajemen atau pemiliklah yang menduduki posisi teratas dalam struktur.

Gambar 1
Struktur EBK Penggilingan Padi UD Bunga Mas



Sumber: Penggilingan Padi UD Bunga Mas

Sistem Akuntansi UD Bunga Mas

UD Bunga Mas masih menggunakan sistem akuntansi manual, pencatatan dilakukan oleh anak pemilik. Setiap terjadi transaksi dilakukan pencatatan ke dalam buku keuangan yang telah disusun. Buku keuangan berisi:

1. Kas masuk, yang berasal dari hasil penjualan produk utama yaitu beras dan sisanya berasal dari penjualan beras menir, bekatul, dan gabah.
2. Kas yang dikeluarkan mulai dari pembelian bahan baku gabah, bahan bakar, karung beras, upah pegawai, dan pengeluaran lain yang berhubungan dengan usaha.
3. Catatan hutang, catatan hutang para pegawai (pengambilan gaji dimuka) dan catatan utang pelanggan.
4. Catatan laba rugi, dari catatan pembelian bahan baku, hasil penjualan, serta beban- beban yang dikeluarkan pemilik- pengelola dapat

mengetahui keuntungan atau kerugian.

5. Catatan informasi lainnya, seperti: catatan pesanan, catatan hari kerja pegawai, catatan bahan baku, catatan produk yang tersedia, serta catatan- catatan lain yang bermanfaat dalam proses pengendalian dan pengecekan pada aktivitas bisnis.

Tabel: 1
Penggunaan Penggilingan Bulan Desember 2011

No	Hari	Tanggal	Pemakai	Satuan	Jumlah
1					
2					
3					
Jumlah					

Sumber: Penggilingan Padi UD Bunga Mas

Tabel: 2
Sewa Lapangan Bulan Desember 2011

No	Hari	Tanggal	Pemakai	Satuan	Lama Sewa	Harga
1						
2						
3						
Jumlah						

Sumber: Penggilingan Padi UD Bunga Mas

Tabel: 3
Penggunaan Solar Bulan Desember 2011

No	Hari	Tanggal	Pemakai	Liter
1				
2				
3				
Jumlah				

Sumber: Penggilingan Padi UD Bunga Mas

Analisis Resiko

Dalam entitas bisnis kecil seringkali manajer/ pemilik kurang memperhatikan kecurangan yang mungkin dilakukan oleh pegawai. UD Bunga Mas menerapkan sistem kekeluargaan dalam menjalankan usahanya, dimana pemilik memberikan kepercayaan penuh kepada pegawai. Kepercayaan tersebut dapat menimbulkan

kecurangan yamg mungkin dilakukan oleh pegawai. Dalam Tabel 4 berikut disajikan resiko yang mungkin timbul pada UD Bunga Mas.

Tabel: 4
Analisis Resiko yang Timbul pada UD Bunga Mas

Kejadian/ Kondisi yang Dapat Menimbulkan Faktor Resiko Penipuan	Kejadian dan Kecurangan yang Mungkin Timbul
Insentif	Mungkin pegawai memiliki motivasi untuk melaporkan hasil penggilingan padi melebihi target untuk mendapatkan komisi dari pemilik.
Tekanan	Mungkin pemilik memiliki tekanan dari pemberi hutang, karena dalam pembiayaan usahanya pemilik meminjam pada bank. Mungkin pegawai memiliki tekanan dari pemilik, terkadang pegawai dituntut untuk memenuhi target yang diberikan karena banyaknya pesanan.
Kesempatan	Kurangnya pengawasan, memberikan kesempatan kepada pegawai untuk menyalahgunakan kepercayaan. Misalnya: pencurian beras, penghitungan hari kerja, dll.
Kesalahan yang tidak disengaja	Kurangnya pemisahan tugas, pencatatan dalam UD Bunga Mas dilakukan oleh anak dari pemilik. Yang bisa saja menimbulkan salah catat yang tidak disengaja, karena tidak ada orang lain yang membantu memeriksa pencatatan.
Sifat usaha klien	Resiko melekat dalam beberapa hal dipengaruhi sifat usaha klien. Contohnya: kemungkinan persediaan yang usang karena kemasan dan penyimpanan kurang baik.

Sumber: Pengamatan dan Wawancara Langsung pada UD Bunga Mas

Prosedur Analitis

Jusuf (2001) menyatakan prosedur analitis terdiri dari kegiatan mempelajari dan membandingkan data yang memiliki hubungan. Prosedur ini mencakup perhitungan dan penggunaan ratio- ratio sederhana, analisis vertikal atau laporan perbandingan, perbandingan antara jumlah sesungguhnya dengan data historis atau anggaran dan penggunaan model- model matematika dan statistika seperti analisis regresi.

Prosedur analitis pada UD Bunga Mas dilakukan pada tahap penyelesaian audit, dengan cara melakukan wawancara dengan

manajemen mengenai hal- hal lain yang tidak dijelaskan dalam laporan keuangan. Prosedur analitis tidak dilakukan pada tahap perencanaan audit dikarenakan terdapat keterbatasan dalam ketersediaan data, hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti proses pencatatan yang masih sederhana dan manual. Tujuan dilakukan prosedur analitis pada tahap penyelesaian audit adalah untuk membantu auditor dalam menilai kesimpulan yang diperoleh dan dalam mengevaluasi penyajian laporan keuangan secara keseluruhan.

Prosedur analitis UD Bunga Mas dilakukan dengan membandingkan antara intput dan output perhari. Dalam sehari UD Bunga Mas memperoleh Rp 29.050.000, dengan pengeluaran Rp 12.153.600. Jika UD Bunga Mas ingin memperoleh laba atau usahanya tetap berjalan maka perolehan perhari tidak boleh kurang dari Rp12.153.600.

Sifat, Waktu dan Lingkup Prosedur Audit

Untuk mendokumentasikan sifat, waktu dan lingkup prosedur audit yang akan dilakukan terhadap entitas yang akan diaudit, maka peneliti membuat program audit operasional. Program audit dibuat untuk tiap pelaku dalam entitas yakni: manajer, bakul, tenaga kerja serta sistem akuntansi.

Audit operasional berbeda dengan audit laporan keuangan yang memeriksa kejadian nyata dan membandingkannya dengan aturan atau batasan yang ada sehingga dapat menghasilkan keputusan apakah suatu usaha tersebut laporan keuangannya telah disususun sesuai dengan aturan atau tidak. Audit operasional lebih fleksibel, di dalam audit operasional juga dapat dinilai batasan dari entitas atau perusahaan tersebut.

Pertanyaan yang seharusnya diutarakan dalam audit operasional bukanlah apakah aturan yang telah dipatuhi atau diikuti dengan benar? Melainkan apakah aturan, batasan dan usaha yang dilakukan oleh berbagai pihak telah mampu menjalankan usaha dengan baik dan mencapai setiap tujuan perusahaan yang ada?

Tabel 5 menunjukkan bagaimana desain program audit operasional pada manajemen, bakul, tenaga kerja dan sistem akuntansi:

Tabel: 5
Program Audit Operasional pada Penggilingan Padi UD Bunga Mas

Bagian	Program Audit	Hasil	Rekomendasi	Usulan Pengendalian
Manajemen	• Melakukan wawancara dan	• Ada beberapa tenaga kerja yang mengerjakan	• Membuat batasan tanggung jawab dan	• Manajemen melakukan pengawasan

	observasi terhadap tanggung-jawab tenaga kerja.	pekerjaan tenaga keja lain.	pembagian kerja.	secara berkala agar tenaga kerja benar-benar melakukan pekerjaan sesuai tanggung-jawabnya.

Tabel: 5
Program Audit Operasional pada Penggilingan Padi UD Bunga Mas

Bagian	Program Audit	Hasil	Rekomendasi	Usulan Pengendalian
	• Melakukan pengamatan mengenai metode produksi. Mulai dari proses menjemur, menggiling, pemolesan, hingga pengepakan.	• Waktu yang dibutuhkan untuk proses produksi tidak dimanfaatkan dengan baik.	• Membuat target produksi.	• Pembayaran upah diberikan sesuai target yang dicapai tenaga kerja.
	• Melakukan observasi untuk menilai metode pemasaran yang telah ada.	• Jangkauan pasar hanya berasal dari kota sekitar.	• Menerapkan metode jemput bola, perusahaan mencari pelanggan bukan menunggu pelanggan.	• Diberikan *reward* bagi tenaga kerja yang mampu memperoleh pelanggan baru.
	• Melakukan wawancara terkait sistem pembayaran	• Sulit menagih hutang pelanggan .	• Membuat perjanjian pembayaran.	• Pesanan dikirim dengan syarat pelanggan telah membayar hutang dari pesanan
		• Barang	• Memili	

	pesanan pelanggan. • Melakukan observasi terkait kualitas produk.	sisa produksi (menir: beras dengan bulir yang tidak sempurna) cukup banyak.	h pemasok bahan baku yang terpercaya, proses produksi dilakukan dengan baik.	sebelumnya. • Bagian pembelian diberikan standar kualitas bahan baku/ gabah.
Akuntansi	• Melakukan observasi pada area kerja. • Melakukan observasi terkait kegiatan pencatatan, *cash opname, stock opname.*	• Dokumen dan kas tidak disimpan ditempat yang baik sehingga dapat diakses oleh orang lain. • Belum ada tenaga kerja khusus bagian akuntansi, selama ini pencatatan dilakukan oleh anak dari pemilik.	• Meja kerja harus bebas dari uang dan dokumen penting. • Menunjuk orang yang mampu dalam bidang akuntansi.	• Kas disimpan di brankas dan dokumen penting harus diarsip di tempat terkunci. • Memastikan dilakukan pencatatan setiap terjadi transaksi, rutin melakukan pencocokan antara catatan dengan bukti fisik *(cash opname, stock opname*).

Sumber: Data Olahan

Manajemen merupakan pengambil keputusan tertinggi, pada umumnya EBK memang didominasi oleh pemilik- manajemen tertinggi. Pernyataan ini perlu diuji karena dalam EBK belum memiliki tujuan bisnis yang jelas, sehingga pengambilan keputusan oleh manajemen belum menjamin tingkat efisiensi dan efektivitas EBK.

Dalam hal ini, auditor dituntut untuk terlebih dahulu memahami deskripsi tugas manajemen, bakul dan pekerja melalui wawancara. Pemahaman mengenai deskripsi tugas sangat penting bagi tiap- tiap bagian EBK, dengan memahami dan menjalankan tugasnya masing- masing bagian maka akan tercipta hasil yang maksimal karena tiap- tiap bagian lebih fokus dalam melaksanakan tugasnya.

Proses pemilihan pekerja dilakukan oleh manajemen, dengan

mempertimbangkan; sikap, moral, agama, umur dan domisili. Pemilihan dilakukan langsung oleh manajemen untuk memastikan bahwa calon pekerja benar- benar produktif dan mampu melaksanakan tugasnya dengan baik. Manajemen juga menerima saran dari bakul dan pekerja dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan calon pekerja. Manajemen berhak menolak calon pekerja jika memang calon pekerja tidak memenuhi kriteria yang diharapkan.

Calon pekerja dilatih oleh manajemen dengan bantuan bakul dan pekerja. Dalam proses pelatihan ini manajemen memastikan agar calon pekerja benar- benar memiliki ketrampilan dan kemampuan yang berkualitas agar dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal setelah dilakukan pelatihan kerja.

Hubungan berdasarkan kepercayaan yang diterapkan dalam perusahaan, menjadi salah satu faktor yang mengharuskan manajemen untuk memilih calon pekerja yang benar-benar dapat dipercaya. Dari hubungan kepercayaan mungkin saja timbul keuntungan ataupun kerugian yang dilakukan oleh pekerja.

Waktu operasional pabrik adalah waktu dimana pabrik diharapkan untuk melakukan kegiatan produksinya secara maksimal. Maka sebelum kegiatan operasional dijalankan manajemen harus menentukan waktu yang dibutuhkan dalam memaksimalkan proses produksi. Dengan memaksimalkan proses produksi diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan.

Pengecekan merupakan hal yang penting bagi manjemen, hal ini dilakukan untuk menghindari ketidak cocokan antara manajemen dengan pekerja mengenai kehadiran kerja. Dengan pengecekan maka akan menghasilkan data yang akurat mengingat dalam EBK menerapkan tingkat kepercayaan yang tinggi kepada para pekerjanya

Pekerja harus mengetahui lamanya waktu yang harus digunakan untuk menjemur sehingga dihasilkan beras yang berkualitas. Jika padi terlalu lama dijemur, maka bulir beras yang dihasilkan akan hancur. Namun jika padi belum benar- benar kering maka padi akan sulit dipisahkan dari kulitnya ketika proses penggilingan. Jika beras yang dihasilkan berkualitas, maka laba perusahaan akan meningkat.

Proses menggiling yang tidak tepat, seperti mesin penggiling yang kurang longgar akan menyebabkan bulir beras tidak utuh, atau pemolesan yang kurang bagus akan menghasilkan beras yang kurang bersih. Hal ini akan berakibat pada hubungan dengan pelanggan dan laba yang dihasilkan oleh EBK.

Pengolahan limbah diharapkan mampu memberikan tambahan penghasilan untuk perusahaan. Semakin banyak limbah yang dapat diproses, maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh.

Manajemen, bakul dan pekerja memahami, mengetahui dan menggunakan bahan baku dan bahan bakar dengan baik sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh manajemen. Bakul yang bertugas mengambil pesanan bahan baku dipemasok, melakukan pengecekan terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk dan tidak terjadi kesalahan saat bahan baku tiba di pabrik.

Manajemen memastikan bahan baku, bahan bakar, beras dan hasil produksi lainnya disimpan di tempat yang aman dari pencurian. Selain itu pastikan gudang penyimpanan bahan baku, beras dan hasil produksi lainnya dapat menjaga kualitas produk.

Kualitas bahan baku yang rendah terjadi karena kelalaian bakul yang kurang teliti dalam memeriksa bahan baku saat bahan baku diambil dari pemasok. Selain itu memang terjadi musim dimana kualitas bahan baku rendah dan perusahaan terpaksa membeli bahan baku untuk memenuhi permintaan pasar.

Metode pemasaran yang dilakukan selalu diperbaharui dan disesuaikan dengan persaingan dan permintaan pasar. Manajemen dan bakul saling bertukar informasi tentang keadaan pasar. Agar bisa dilakukan perbaikan pemasaran demi kelangsungan hidup perusahaan.

Pemasaran yang dilakukan diharapkan mampu menjual produk yang telah diproduksi oleh perusahaan dan memperoleh lebih banyak pelanggan. Semakin luas pasar maka perusahaan akan semakin banyak menjual produk, artinya pemasaran yang diterapkan perusahaan telah benar- benar dilakukan dengan baik.

Laporan rekapitulasi beras yang dihasilkan oleh pekerja dan beras yang telah dijual oleh bakul telah dibuat pada akhir minggu. Pesanan dikirim ke pelanggan seminggu sekali, kemudian bakul menyetor hasil penjualan ke manajer.

Data yang telah ditulis dalam pelaporan tersebut sesuai dengan kenyataan menurut pihak- pihak yang berkepentingan. Manajemen melakukan pengecekan beras yang dihasilkan oleh pekerja dengan beras yang dikirim ke pelanggan selama seminggu.

Pencatatan telah menghasilkan informasi yang benar- benar dibutuhkan dan tidak ada informasi penting lainnya yang terlewatkan. Hutang atau piutang atas upah pekerja dan setoran bakul tercatat didalam pencatatan. Pencatatan dilakukan setiap hari, setiap terdapat kas dan kas keluar. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan kehadiran pekerja dan cacatan- catatan lain yang dibutuhkan dalam perusahaan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja manajer belum maksimal. Lemahnya pengendalian dan pengawasan dalam perusahaan memberikan kesempatan kepada orang lain untuk melakukan kecurangan. Perusahaan belum menerapkan standar- standar yang seharusnya diterapkan pada setiap kegiatan perusahaan.

Sebaiknya audit operasional di terapkan pada Penggilingan Padi UD Bunga Mas. Dengan menerapkan audit operasional diharapkan akan memberikan perbaikan dalam kegiatan usaha UD Bunga Mas. Sehingga perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan EBK dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kemudian UD Bunga Mas diharapkan mampu memperbaiki karakteristik-karakteristik yang terdapat dalam

EBK melalui program audit serta rekomendasi yang telah dibuat oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti terhambat oleh beberapa faktor seperti: laporan keuangan yang kurang memadai sehingga beberapa informasi yang dibutuhkan oleh peneliti diperoleh melalui manajer. Sehingga informasi yang diperoleh lebih bersifat subjektif karena berpusat pada 1 orang yaitu manajer yang memegang peranan tertinggi dalam EBK.

DAFTAR PUSTAKA

Angelica, Natasha, (2009), *Desain Program Audit Operasional untuk Entitas Bisnis Kecil (EBK): Studi Kasus pada Pengrajin Tahu Anugrah Karya Tunggal di Salatiga* UKSW, Salatiga.

Arens, Alvin A., Randal J. Elder and Mark S. Beasley, (2012), *Auditing and Assurance Services An Integrated Approach*, England, Pearson Education Limited.

IAPI, (2008), *Panduan Audit Entitas Bisnis Kecil*, Jakarta, Salemba Empat.

Jusup, Al. Haryono, (2001), *Auditing (Pengauditan)*, Yogyakarta, STIE YKPN.

Reider, Rob, (2002), *Operational Review: Maximum Results at Efficient Cost*, John Wiley & Sons. Inc.

THROUGH IMPROVING INTERNET-BASED INFORMATION TECHNOLOGY KNOWLEDGE OF SME ACTORS

Gatot Prabantoro[1)]
E-mail : gatotprabantoro@gmail.com
[1)]Lecturer in Management Information Systems STIE Indonesia

ABSTRACT

This paper examines one of the efforts to be made by SMEs to enhance their competitiveness in the global market penetration through the creative use of Internet-based business communication media are available for free in the virtual world, exemplified by the use of free internet facility provided by Google, including Google mail or Gmail , Google Document, Google Drive, Google, Google Groups, Google Blog or Blogger, Google Photo, Google Calendar, Google Video or YouTube and Google Maps. Creativity can be done through the use of improved understanding of information technology SMEs in utilizing "free facilities in cyberspace" to communicate its business globally. Information technology training for SMEs is key.

Keywords : *Information Technology, internet, business communication*

ABSTRAK

Paper ini mengkaji salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh UKM dalam meningkatkan daya saingnya menembus pasar global melalui kreatifitas pemanfaatan media komunikasi bisnis berbasis internet yang tersedia gratis di dunia maya, dicontohkan pemanfaatan fasilitas gratis di internet yang disediakan oleh Google, diantaranya Google Email atau Gmail, Google Document, Google Drive, Google+, Google Groups, Google Blog atau Blogger, Google Photo, Google Calendar, Google Video atau Youtube dan Google Maps. Kreativitas pemanfaatan dapat dilakukan melalui peningkatan pemahaman teknologi informasi pelaku UKM dalam memanfaatan fasilitas-fasilitas gratis di dunia maya tersebut untuk mengkomunikasikan bisnisnya secara global. Pelatihan

Kata Kunci : Teknologi Informasi, internet, komunikasi bisnis teknologi informasi bagi pelaku UKM menjadi kuncinya.

PENDAHULUAN

Internet dan dunia bisnis terutama usaha kecil menengah (UKM) saat

ini ibarat motor dan bensin, tanpa dukungan internet, sebuah UKM hanya bisa merengkuh pasar lokal yang sempit, sementara persaingan UKM yang semakin banyak bermunculan menyebabkan mau tidak mau UKM harus melirik pasar yang lebih luas lagi yaitu pasar global dan mengupayakan untuk dapat meraihnya, dan salah satu cara adalah memanfaatkan kekuatan daya jangkau yang luas dari teknologi informasi komunikasi (TIK).

Perkembangan teknologi informasi komunikasi dan penerapannya di Indonesia saat ini semakin pesat, berdasarkan data Internet World Stats, hingga akhir 2011 pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 55 juta orang atau sekitar 22,4% dari populasi penduduk Indonesia. Ini semua karena dorongan semakin murahnya tarif dan perangkat koneksi internet seperti modem dan netbook dewasa ini, ditambah lagi dengan kehadiran perangkat tablet PC yang sedang popular saat ini. Dan sebagian besar masyarakat sudah menjadikannya sebagai media transaksi belanja seperti *e-ticket* dan *e-banking*.

Masih menurut Internet World Stat, data dunia per Juni 2012 menunjukkan bahwa sebanyak 34,3% dari total penduduk dunia adalah pengguna internet, khusus di AS nilai transaksi e-commerce di sektor ritel (nontravel) sebanyak $130 milliard dari pengguna internet sebanyak 220.000.000,- .

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - JUNE 30, 2012

#	Country or Region	Population, 2012 Est	Internet Users Year 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Users % World
1	China	1,343,239,923	22,500,000	538,000,000	40.1 %	22.4 %
2	United States	313,847,465	95,354,000	245,203,319	78.1 %	10.2 %
3	India	1,205,073,612	5,000,000	137,000,000	11.4 %	5.7 %
4	Japan	127,368,088	47,080,000	101,228,736	79.5 %	4.2 %
5	Brazil	193,946,886	5,000,000	87,276,099	45.0 %	3.6 %
6	Russia	138,739,892	3,100,000	67,982,547	49.0 %	2.8 %
7	Germany	81,305,856	24,000,000	67,483,860	83.0 %	2.8 %
8	Indonesia	248,645,008	2,000,000	55,000,000	22.1 %	2.3 %
9	United Kingdom	62,698,362	15,400,000	52,731,209	84.1 %	2.2 %
10	France	65,630,692	8,500,000	52,228,905	79.6 %	2.2 %
11	Nigeria	170,123,740	200,000	48,366,179	28.4 %	2.0 %
12	Mexico	114,975,406	2,712,400	42,000,000	36.5 %	1.7 %

13	Iran	78,868,711	250,000	42,000,000	53.3 %	1.7 %
14	Korea	48,860,500	19,040,000	40,329,660	82.5 %	1.7 %
15	Turkey	78,785,548	2,000,000	36,455,000	46.3 %	1.5 %
16	Italy	61,261,254	13,200,000	35,800,000	58.4 %	1.5 %
17	Philippines	103,775,002	2,000,000	33,600,000	32.4 %	1.4 %
18	Spain	46,754,784	5,387,800	31,606,233	67.6 %	1.3 %
19	Vietnam	91,519,289	200,000	31,034,900	33.9 %	1.3 %
20	Egypt	83,688,164	450,000	29,809,724	35.6 %	1.2 %
TOP 20 Countries		4,659,108,182	273,374,200	1,775,136,371	38.1 %	73.8 %
Rest of the World		2,353,411,659	87,611,292	630,373,804	26.8 %	26.2 %
Total World - Users		7,012,519,841	360,985,492	2,405,510,175	34.3 %	100.0 %

NOTES: (1) Top 20 Internet User Statistics were updated for June 30, 2012. (2) Additional data for individual countries and regions may be found by clicking each country name. (3) The most recent user information comes from data published by Nielsen Online, International Telecommunications Union, Official country reports, and other trustworthy research sources. (4) Data from this site may be cited, giving the due credit and establishing an active link back to www.internetworldstats.com. Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Namun demikian potensi pasar yang cukup besar tersebut, ternyata belum menjadi pilihan untuk mengembangkan jalur pemasaran online oleh UKM. Data Bloomberg Businesweek menunjukkan bahwa 40% UKM di Indonesia tutup pada tahun pertama, dan dari 60% yang masih bertahan, 80%-nya akan gugur pada tahun ke lima. Ini disebabkan sulitnya menaklukkan pangsa pasar dan modal usaha yang terbatas.

Memang bagi UKM yang ingin terjun memanfaatkan TIK, dihadapkan pada kendala tersendiri, karena diperlukan biaya pengembangan dan sumber daya manusia yang tidak sedikit, sehingga pada akhirnya hanya pengusaha dengan modal besar saja yang dapat menerapkan TIK dalam aktivitas bisnisnya. Kondisi ini menyebabkan semakin tersingkirnya peran UKM dalam merebut pangsa pasar global dibanding pengusaha bermodal besar.

Namun demikian ditengah pesatnya pertumbuhan aplikasi teknologi informasi berbasis internet di dunia, sebetulnya UKM memiliki alternatif media komunikasi bisnis dan pemasaran melalui media internet yang tersebar secara gratis. Diantaranya seperti situs jejaring sosial Facebook, situs microblogging Twitter dan sebagainya, juga terlebih dahulu situs penyedia email berbasis web gratis Google dan Yahoo yang juga merupakan situs penyedia blog gratis. Yang semuanya itu bisa dimanfaatkan sebagai media

komunikasi bisnis alternatif yang murah dan juga justru lebih efektif karena sejumlah pengguna yang menjadi target pasar kita telah lebih dulu memanfaatkannya sebagai media komunikasi sehari-hari dan siap menunggu produk-produk yang ditawarkan UKM disana.

Berdasarkan beberapa fakta tersebut diatas, maka dirasa perlu untuk membahas manfaat media komunikasi internet yang tersedia disana sebagai media komunikasi bisnis khususnya komunikasi pemasaran bagi UKM di Indonesia. Dalam tulisan ini fasilitas dari Google sebagai penyedia jasa aplikasi internet terbesar didunia yang akan menjadi contoh bahasan.

PEMBAHASAN

Peran Komunikasi Dalam Organisasi dan Bisnis Global

Komunikasi sangatlah penting dalam sebuah bisnis global, "***Communication is the most important skill in the life"*** (Stephen Covey, 1989).

Setiap organisasi atau perusahaan membutuhkan informasi dan mempunyai pendekatan sendiri untuk mengirim informasi, baik di dalam organisasi maupun ke dunia luar. Sebuah organisasi memiliki kebutuhan berbagi informasi diantara berbagai bagian dalam suatu organisasi, dan antara organisasi bersangkutan dengan dunia luar. Sebagai bagian dari organisasi, individu merupakan satu mata rantai dalam rantai informasi. Baik sebagai manajer puncak atau karyawan baru, setiap individu dalam perusahaan mungkin mempunyai informasi yang diperlukan oleh individu yang lain dalam perusahaan untuk melaksanakan pekerjaan begitu sebaliknya. Mengirimkan dan mendapatkan informasi kepada dan dari orang yang tepat merupakan tantangan tersendiri dengan mengandalkan saluran komunikasi internal maupun eksternal (Courtland L. Bovee & John V. Thill, 1998).

Memasuki *millenium* baru, dunia bisnis tentunya akan banyak menghadapi masalah kompleks. Bukan saja karena cakupan bisnisnya yang semakin beragam, melainkan juga karena skala bisnis sudah menjadi *problem* yang sangat luas. Bisnis sudah menjadi masalah global, ini dikarenakan :

Pertama, karena semakin pesatnya kemajuan di bidang sains dan teknologi, sehingga merangsang terciptanya sistem dan proses produksi yang efisien. Produksi barang dan jasa sudah melampaui batas kebutuhan pasar dalam negeri, sehingga perlu di ekspor.

Kedua, karena teknologi telah mempercepat pembangunan sarana dan prasarana transportasi, sehingga mobilitas sosial menjadi semakin cepat dan tinggi.

Ketiga, bersamaan dengan itu, kemajuan di bidang komunikasi juga berlangsung sangat pesat, sehingga informasi tentang keadaan tertentu dapat disampaikan tanpa tergantung pada jarak geografis. Bukan itu saja, kemajuan di bidang komunikasi [media massa] telah mempengaruhi pola-pola bisnis antarmanusia.

Fenomena inilah yang menjadikan betapa pentingnya memahami gejala komunikasi dalam rangka memahami gejala bisnis. Melihat bisnis dan komunikasi sebagai sama-sama suatu proses sosial, maka dapat

disimpulkan bahwa komunikasi adalah bisnis dan, sebaliknya, bisnis adalah komunikasi. Artinya, pada tingkatan gejala, antara komunikasi dan bisnis merupakan gejala yang terintegrasi. Atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa tanpa komunikasi yang baik, suatu bisnis tidak akan mampu berjalan dengan baik.

Dalam aktivitas di suatu organisasi bisnis, komunikasi merupakan aktivitas urgent yang memegang peranan sangat penting. Sebuah kegagalan dalam organisasi bisnis, banyak yang disebabkan oleh kurang tertatanya komunikasi bisnis yang dilakukan para pelaku di organisasi tersebut.

Komunikasi bisnis adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, mencakup berbagai macam bentuk komunikasi. Baik komunikasi verbal, maupun non verbal. Komunikais bisnis yang berhasil dengan baik, adalah komunikasi yang bisa dilakukan secara efektif sesuai dengan situasi dan kondisi di organisasi bersangkutan. Jika dilakukan dengan tepat, baik dan efektif, komunikasi akan menjadikan salah satu item penting penentu sukses tidaknya sebuah organisasi bisnis.

Untuk dapat berkomunikasi diperlukan pemahaman apa yang akan diinformasikan dan pemahaman apa media yang digunakan. Dalam bukunya "Management Information Systems", McLeod dan Schell mengatakan bahwa seorang pengambil keputusan haruslah memiliki *Computer Literacy* dan *Information Literacy*. Computer Literacy adalah pengetahuan terkait dengan perangkat teknologi komputer yang menjadi media dasar pengolahan dan penyebaran informasi seperti pengetahuan tentang perangkat keras, perangkat lunak dan program-program aplikasi yang digunakan seperti pengetahuan tentang internet dan aplikasi-aplikasi yang disediakannya, sedangkan Information Literacy adalah pengetahuan terhadap mana kebutuhan informasi yang dibutuhkan dan mana yang tidak dibutuhkan dalam sebuah pengambilan keputusan, sehingga kemampuan informasi yang digunakan dalam mengambil keputusan dapat efektif. Pengetahuan information literacy ini mengarahkan pengambil keputusan untuk memilih misalnya situs mana yang selalu diakses untuk keperluan mendapatkan informasi bisnisnya, dan lain sebagainya.

Synchronous dan Asynchronous System

Secara umum aplikasi teknologi komunikasi informasi ada 2 jenis, yaitu ***Synchronous System*** yang merupakan aplikasi yang berjalan secara *real time* dimana seluruh pemakai bisa berkomunikasi pada waktu yang sama, contohnya: *chatting, video conference*, dsb. Dan ***Asynchronous System*** yang merupakan aplikasi yang tidak bergantung pada waktu dimana seluruh pemakai bisa mengakses ke sistem dan melakukan komunikasi antar mereka disesuaikan dengan waktunya masing-masing, contohnya: *BBS*, e*mail*, dsb.

Dengan fasilitas jaringan koneksi internet yang ada di Indonesia baik intranet maupun internet, sebenarnya sudah sangat mungkin untuk diterapkannya sistem komunikasi

bisnis berbasis web dengan menggunakan system *synchronous* atau *asynchronous*, namun pada dasarnya kedua sistem diatas biasanya digabungkan untuk menghasilkan suatu sistem yang efektif karena masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya. Dibeberapa negara yang sudah maju dengan kondisi infrastruktur jaringan kecepatan tinggi akan sangat memungkinkan penerapan teknologi multimedia secara waktu nyata seperti *video conference* untuk kepentingan aplikasi komunikasi bisnis atau e-commerse, tetapi untuk kondisi umum di Indonesia dimana infrastruktur jaringannya masih relatif terbatas akan mengalami hambatan dan menjadi tidak efektif. Namun demikian walaupun tanpa teknologi multimedia tersebut, sebenarnya dengan kondisi jaringan internet yang ada sekarang di Indonesia sudah sangat memungkinkan, terutama dengan menggunakan sistem asynchronous ataupun dengan menggunakan sistem synchronous seperti aplikasi chatting dengan Google Talk, Yahoo Messenger atau Skype.

Bauran Komunikasi Pemasaran UKM

UKM tidak berbeda dengan organisasi bisnis pada umumnya. Untuk meningkatkan penjualannya dilakukan berbagai langkah-langkah strategi pemasaran, termasuk komunikasi pemasaran. Bauran Komunikasi Pemasaran (Kotler, 2008) yang mungkin dapat dilakukan oleh UKM tidak jauh berbeda pula dengan organisasi bisnis pada umumnya yang meliputi Periklanan *(Advertising)*, Promosi Penjualan *(Sales Promotion)*, Hubungan Masyarakat *(Public Relation)*, Penjualan Personal *(Personal Selling)* dan Pemasaran Langsung *(Diret Marketing)*. Implementasi dari kelima bauran komunikasi pemasaran tersebut mengalami sedikit perbedaan dengan kehadiran teknologi media komunikasi baru berbasis internet. Dan pemanfaatan secara kreatif teknologi media komunikasi baru berbasis internet tersebut dapat meningkatkan penjualan organisasi. Pemanfaatan email, milis, weblog, mesin chatting, dan lain-lainnya dapat dilakukan dalam periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung dengan dampak yang tentunya jauh lebih murah dan luas cakupannya.

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Berbasis Internet Untuk Komunikasi Pemasaran UKM

Berikut beragam fasilitas aplikasi informasi dan komunikasi gratis di internet yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran oleh para pelaku UKM dalam upayanya menembus pasar global. Untuk lebih terarah penulis mengedepankan fasilitas aplikasi internet gratis yang ditawarkan Google.

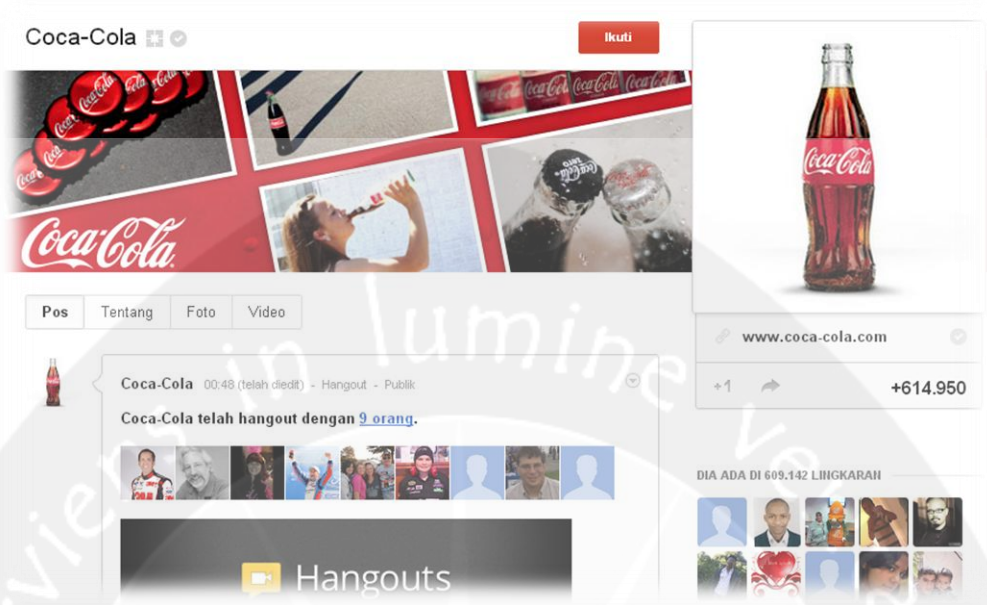
1. ***Google Search***, aplikasi penelusuran informasi di internet yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk menelusuri segala macam informasi terkait sumber produk ataupun pasar produk. www.google.com.



2. ***Google Mail & Google Talk***, aplikasi surat elektronik yang dapat dimanfaatkan untuk komunikasi internal maupun eksternal bagi pelaku UKM, antar pimpinan dan karyawan, dengan pemasok ataupun dengan pelanggan dengan cakupan yang sangat luas (global). Manfaat lain Google Mail adalah dapat dimanfaatkan sebagai media dokumentasi surat-surat bisnis baik internal ataupun eksternal. Selain dapat dimanfaatkan untuk komunikasi pemasaran secara *asynchronous* fasilitas di Google Mail juga dilekatkan fasilitas Google Talk yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi secara *synchronous* www.gmail.com

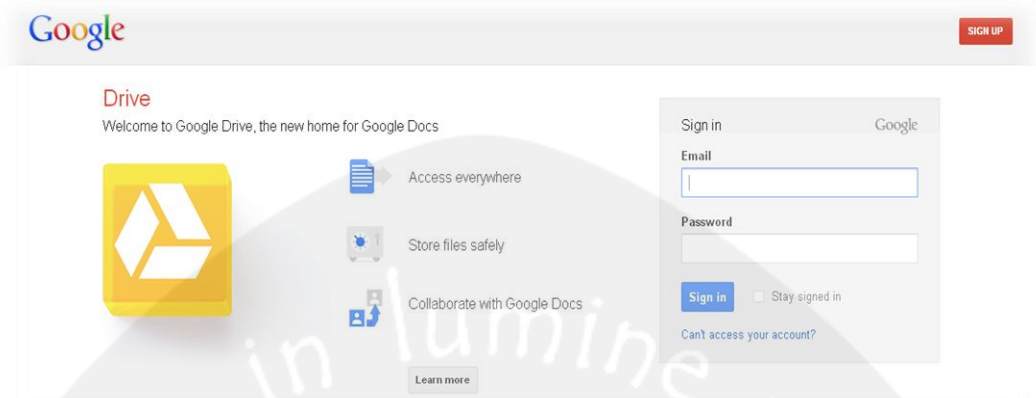
3. ***Google Groups***, adalah *mailing list* dengan memanfaatkan Google Mail yang dapat dimanfaatkan untuk membentuk komunitas organisasi sebagai langkah membangun komunikasi intensif dengan supplier pelanggan ataupun bahkan industri terkait.

4. ***Google Plus,*** adalah situs jejaring sosial menyerupai Facebook keluaran Google dengan keunggulan terindex dalam mesin pencarian Google sehingga memudahkan dalam penelusuran di internet menggunakan Google Search Engine yang banyak digunakan oleh masyarakat. www.plus.google.com. Manfaat Google Plus sama dengan Facebook, dapat digunakan sebagai media komunikasi secara intensif dengan pelanggan dan komunitas organisasi atau perusahan. Sifatnya yang fleksible dengan fasilitas *Hangout*-nya memungkinkan Google Plus dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang sekaligus *synchronous* maupun *asynchronous*. Dapat berfungsi sebagai media komunikasi hubungan masyarakat. Berikut contoh tampilan Google Plus dari produk softdrink Coca Cola. www.plus.google.com/cocacola.

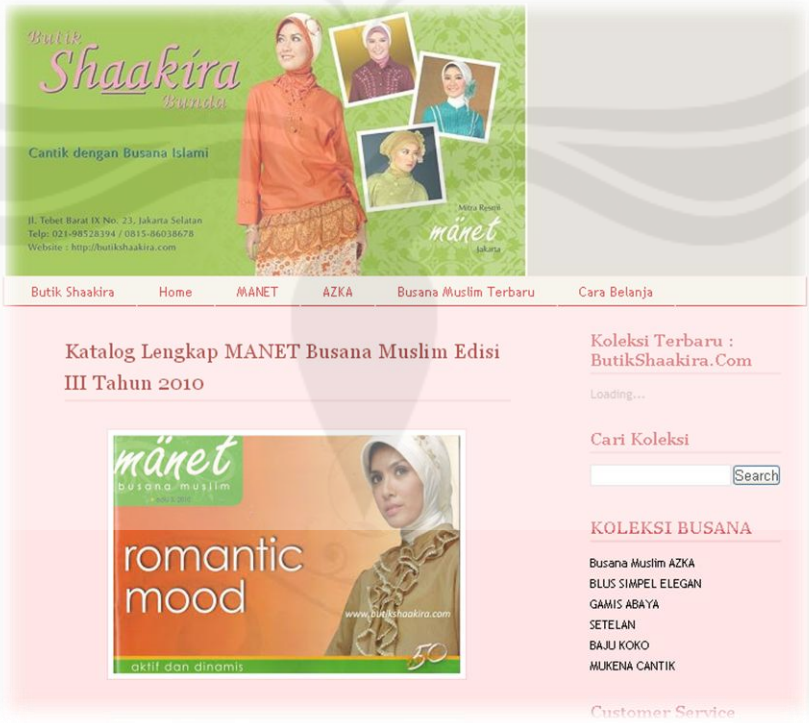


5. ***Google Translate***, adalah mesin penterjemah yang dapat menterjemahkan lebih dari 20 bahasa dunia. Meskipun memiliki validitas terjemahan Indonesia – Inggris kurang lebih 60% namun cukup banyak membantu dan dapat dimanfaatkan untuk membantu membuat dokumen, brosur, surat penawaran, proposal dan dokumen-dokumen bisnis lainnya dalam bahasa Inggris. Sehingga memungkinkan UKM memecahkan kendala bahasa dalam menembus pasar global. Dapat melakukan terjemahan skala besar dan dapat dipresentasikan teknik dalam pengucapannya. www.transalate.google.com.

6. ***Google Documents (Google Drive)***, merupakan fasilitas aplikasi office secara "clouds computing" yang memungkinkan UKM melakukan praktek administrasi perkantoran terkomputerisasi (word processing, spreadsheet, presentation, drawing and form design) tanpa harus memiliki dan menginstal program aplikasi office seperti Microsoft Office atau Star Office. Kelebihan aplikasi ini yang dapat dimanfaatkan oleh UKM adalah kemampuan melakukan kerja kolaborasi dalam sebuah dokumen baik itu word, spreadsheet atau presentation, sehingga UKM dapat menyiapkan dokumen kapan saja dan dimana saja secara bersama, juga dapat dijadikan media penyimpanan online yang nantinya dapat diakses menggunakan perangkat apasaja dan dimana saja sepanjang memiliki koneksi internet. www.drive.google.com.



7. ***Google Blog (Blogger)***, adalah fasilitas pembuatan weblog gratis dari Google yang dapat dimanfaatkan sebagai media publikasi organisasi atau bisnis murah. Kelebihannya dapat dijadikan media komunikasi dan publikasi produk dan informasi internal perusahaan terkait agenda dan kegiatan kerja perusahaan. Bersifat satu arah namun tersedia ruang untuk member komentar bagi pengunjung weblog. Dapat menggantikan fungsi website perusahaan namun gratis dan lebih *powerful* karena kemudahan dalam melakukan update. Untuk efektifitas nama domain, bisa dibelikan nama domain yang sesuai yang nantinya di-*direct*-kan ke alamat weblog tersebut. Berikut contoh tampilan weblog dari perusahaan perdagangan grosir baju muslim. www.grosir-baju-muslim.blogspot.com/



.

8. ***Google Video (You Tube)***, Aplikasi *clouds computing* yang digunakan untuk menyimpan dan memutar video secara online. Popularitas Youtube telah membuat Briptu Norman dan juga Udin "sedunia" popular sehingga menjadi artis. Youtube juga dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk mengkomunikasikan produk baru secara audio visual, mengkomunikasikan informasi proses pembuatan produk, cara instalasi produk atau cara pemakaian produk. Yang nantinya dokumentasi audio visual tersebut dapat di tempelkan aksesnya melalui weblog UKM.

9. ***Google Photo (Picasaweb)***, hampir menyerupai Google Video akan tetapi hanya menyimpan dan meng-share foto tidak bergerak, dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan produk atau menjadi katalog produk.

Pengetahuan Teknologi Informasi dan Komunikasi UKM

Secara umum pengetahuan UKM terhadap teknologi masih rendah, hal ini dapat disebabkan oleh masih rendahnya tingkat pendidikan mayoritas pelaku UKM dan juga persepsi pelaku UKM yang lebih mengutamakan kualitas produk dalam bertransaksi dan metode komunikasi pemasaran yang konvensional dibanding kreativitas komunikasi pemasarannya termasuk kreativitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengkomunikasikan produknya. Untuk itu dukungan pemerintah selain aspek permodalan dan infrastruktur yang selama ini sudah dibangun perlu juga memikirkan peningkatan pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi pelaku UKM agar mereka dapat memanfaatkan secara murah fasilitas yang tersedia di internet secara murah.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Para pelaku UKM perlu mendesain ulang strategi komunikasi pemasarannya menembus pasar global dengan mempertimbangkan peran teknologi informasi komunikasi berbasis internet secara maksimal.
2. Teknologi informasi berbasis internet merupakan alat bantu komunikasi pemasaran yang *"powerfull"* bagi UKM saat ini, dan diperkirakan pemanfaatannya oleh UKM akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya perkembangan teknologi perangkat keras dan perangkat lunak komputer yang ada. Namun demikian **konten** dari komunikasi pemasaran melalui perangkat teknologi informasi dan komunikasi masih menjadi kunci sukses keberhasilan penerapan komunikasi pemasaran UKM memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Untuk itu perlu membentuk tim khusus yang bertugas mendisain konten komunikasi pemasarannya secara lebih kreatif dilihat dari sisi redaksional dan tehnik penyampaiannya.
3. Agar dapat secara kreatif memanfaatkan teknologi informasi komunikasi tersebut, para pelaku UKM perlu meningkatkan kemampuan penggunaan dan pemahaman karakteristik dan fungsi teknologi informasi dan komunikasi mereka melalui pelatihan-pelatihan

teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet.

4. Pentingnya peran komunitas berbasis internet seperti Komunitas Tangan Di Atas (www.tangandiatas.com) dan juga pemerintah dalam hal ini kementerian Usaha Kecil dan Menengah untuk secara intensif dan konsisten mengsosialisasikan sekaligus meningkatkan pengetahuan pelaku UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi berbasis internet sebagai media komunikasi pemasarannya.

5. Menurut hemat kami pemanfaatan fasilitas murah yang tersedia tersebut diatas bukanlah solusi final permasalahan komunikasi pemasaran sebuah UKM, seiring pertumbuhan usahanya diharapkan UKM menyiapkan sistem komunikasi pemasaran dengan teknologi informasi dan komunikasi yang canggih dan dikelola secara professional. Pemanfaatan fasilitas murah dari Google tersebut hanyalah upaya menyiasati biaya yang mahal dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk sementara waktu dan upaya membiasakan diri menggunakan teknologi informasi dan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Belch, George E., and Belch, Michael A., 2004, *Advertising and Promotion : An Intergrated Marketing Communication Perspective*, New York : McGraw-Hill/Irwin

Bovee, Courtland L., and Thill, John V,1998, *Business Communication Today*, Sixth Edition, Prentice-Hall International Inc.

Fill, Chris, 2004, *Marketing Communications Engagement, Startegies and Practice*, 4th Edition, Prentice Hall

Fill, Chris and Graham Hughes, 2005, *Marketing Communication*, Elsevier Butterworth Heinemann.

Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2008, *Principles of Marketing*, 12th Edition, Pearson Prentice Hall.

Locker, Kitty O, 2000, International Edition, *Business and Administrative Communication*, Mc. Graw-Hill.

Murphy, Herta A and Hildebrandt, Herbert W, 1997, *Effective Business Communications*, Mc. Graw-Hill Inc.

Raymond McLeod, and George P. Schell, 2004, Ninth Edition, *Management Information Systems*, PrenticeHall, ISBN : 0-13-123021-2, Page 89.

Sorenson, Ritch; DeBord, Grace; Ramires, Ida, 2001, Fourth Edition, *Business and Management Communication, A Guide Book*, Prentice-Hall Inc.

EXPLORATION THE IMPACT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT TOWARD GROWTH AND COMPETITIVE ADVANTAGE OF UMKM IN BANYUMAS RESIDENCE

Krisnhoe Rachmi Fitrijati[1)]
Widyahayu[1)]
E-mail : krisnhoefitrijati@yahoo.com
[1)]Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

It is important to observe knowledge management in accordance with small industries performance. This research conducted to explore impact of knowledge management toward growth and competitive advantage through human capital, organizational capital and relational capital as intervening variables.
Data are obtained by convenience sample in Banyumas residence. There are 71 samples of more than 300 small industries. Hypotheses are tested with linear regression and path analysis.
Research implies that:

1. *Small industries in Banyumas residence are categorized as traditional small business*
2. *There is significant influence of knowledge management toward growth and competitive advantage*
3. *Relational capital as intervening variable of relation between knowledge management and competitive advantages*

***Keywords**: Knowledge management, small industries, growth, competitive advantages*

ABSTRAK

Adalah penting untuk mengamati manajemen pengetahuan sesuai dengan kinerja industri kecil. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi dampak manajemen pengetahuan terhadap pertumbuhan dan keunggulan kompetitif melalui sumber daya manusia, modal organisasi dan modal relasional sebagai variabel intervening.
Data diperoleh dengan sampel kenyamanan di kediaman Banyumas. Ada 71 sampel lebih dari 300 industri kecil. Hipotesis diuji dengan regresi linier dan analisis jalur.

Penelitian menunjukkan bahwa:
1. Industri kecil di Kabupaten Banyumas dikategorikan sebagai usaha kecil tradisional

2. Ada pengaruh yang signifikan dari manajemen pengetahuan terhadap pertumbuhan dan keunggulan kompetitif
3. Relasional modal sebagai variabel intervening hubungan antara manajemen pengetahuan dan keunggulan kompetitif

Kata kunci: Pengetahuan manajemen, industri kecil, pertumbuhan, keunggulan kompetitif

PENDAHULUAN

Keunggulan bersaing dan pertumbuhan di era perekonomian baru telah bergeser dari aset berwujud yang bersifat material dan finansial menjadi aset tak berwujud dan non finansial. Faktor produksi tradisional seperti sumber daya alam, tenaga kerja dan modal semakin minimal. Pada saat yang sama input tak berwujud seperti informasi, modal intelektual dan pengetahuan semakin meningkat.

Salah satu penyebab kinerja UMKM di Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan kinerja UMKM di negara maju adalah masih rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam pengembangan atau penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta lambannya proses transformasi (Bambang Setiarso, 2006). SDM dan Iptek merupakan dua komponen yang tidak bisa dipisahkan. SDM sebagai sumberdaya intelektual sangat dibutuhkan untuk pengembangan pengetahuan atau penyerapan teknologi. Dengan semakin memanfaatkan teknologi terbaru maka akan menciptakan efisiensi dalam menghasilkan produk-produk berkualitas yang akan memicu pertumbuhan dan keunggulan dalam persaingan.

Perhatian peneliti untuk mengkaji masalah aset tak berwujud dalam kontek *knowledge management* (KM) dan *intellectual capital* (IC) pada UMKM saat ini tengah berkembang di berbagai belahan dunia. Mengingat bahwa saat ini organisasi berada di era transisi dari yang bersifat *capital-intensive* menjadi *knowledge-based*. Selain itu terdapat kesadaran untuk meningkatkan daya tarik terhadap partner/investor sebagai strategi kunci untuk memacu pertumbuhan. Penelitian Gustavsson dan Harung (1994) dan Choueke dan Armstrong (1998) menunjukkan bahwa kesadaran kolektif dan berbagi pengalaman serta pemahaman berdampak pada pembelajaran organisasi dan kemampuan untuk berubah sehingga mencapai keunggulan bersaing.

Dengan demikian UMKM dituntut untuk dapat meningkatkan kinerja dan keunggulan bersaing dengan lebih mengutamakan pendekatan kesadaran dan sistematis dalam *knowledge management*. Pertumbuhan dan strategi bersaing harus diletakkan pada upaya-upaya mencari, mendapatkan, mengembangkan dan mempertahankan sumber daya-sumber daya strategis berupa manusia, organisasi dan relasi.

UMKM di Banyumas cukup berkembang dan memiliki potensi serta prospek yang baik. Kabupaten Banyumas memiliki banyak sentra-sentra UMKM. Pelaku UMKM per 31 Desember 2007 tercatat sebanyak 578.564 orang. Jumlah terbesar adalah UMKM sektor pertanian sebanyak 388.213 atau 58 %, disusul sektor perdagangan 66.208 (11%) dan industri pengolahan 35.139 (5,6%) (Mardjoko, 2008).

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena akan membuktikan bahwa UMKM yang mengelola aset tak berwujud berupa pengetahuan dan modal intelektual akan tumbuh dan memenangkan kompetisi diantara para pesaingnya. Diharapkan hasil riset ini dapat menstimulasi baik formulasi strategi maupun kebijakan yang relevan untuk mendukung pertumbuhan dan pencapaian keunggulan bersaing UMKM di Banyumas. Untuk itu tujuan riset adalah:

1. Mendalami katagori aktivitas *knowledge management* yang telah dilakukan oleh UMKM di Banyumas
2. Menemukan pengaruh *knowledge management* terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing
3. Menemukan pengaruh *human capital, structural capital* dan *relational capital* terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan
4. Menemukan pengaruh *human capital, structural capital* dan *relational capital* terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing

TELAAH TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Modal intelektual merupakan faktor penyebab sukses yang penting sehingga menjadi suatu tumpuan perhatian dalam kajian strategi organisasi dan strategi pembangunan. Pandangan seperti ini berdasarkan temuan-temuan tentang kinerja organisasi khususnya organisasi yang padat pengetahuan *(knowledge-intensive organizations)* (Bounfour and Edvinsson 2005; Lonnqvist dan Mettanen 1995).

Sejalan dengan meningkatnya pandangan bahwa pengetahuan merupakan aset yang paling penting dan strategis maka memenej secara efektif sumberdaya intelektual yang dimiliki menjadi hal yang utama. Organisasi harus belajar untuk mendapatkan dan mengintegrasikan teknologi dan inisiasi perusahaan untuk memenej dan mendukung proses pengetahuan. Selain itu juga harus secara jelas fokus pada tenaga kerja yang kreatif dan bermotivasi yang profesional secara intelektual sehingga berkontribusi dalam strategi peningkatan nilai dalam kondisi lingkungan yang berubah secara agresif. Dengan demikian penting bagi perusahaan untuk mengembangkan pedoman untuk mengelola intelektual dalam rangka membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing dalam jangka panjang (Sharon Yvette Boyce 2007).

Dari berbagai studi yang telah dilakukan ditemukan bahwa salah satu kendala serius yang dihadapi oleh UMKM dalam bidang produksi adalah rendahnya kualitas SDM. Latar belakang pendidikan pengusaha pada umumnya masih rendah, sehingga sulit memahami atau menguasai teknologi yang

diperlukan dan sulit menerima atau beradaptasi dengan proses pembaharuan akibat perkembangan iptek yang sangat cepat. Hanya sebagian kecil saja yang pernah mengikuti pelatihan teknis dan manajemen. Padahal keberlangsungan aktivitas dan proses dalam pabrik memerlukan suatu pelatihan yang merupakan suatu keharusan bagi perusahaan (Bambang Setiarso, 2006). Dengan demikian hipotesis yang dapat disusun adalah:

Ha1: *Knowledge management* berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing

Pendekatan kontingensi perlu digunakan untuk mengidentifikasi berbagai kondisi yang menyebabkan aktivitas *knowledge management* lebih efektif. Strategi yang dipilih dalam mengelola pengetahuan oleh manajer/pemilik UMKM mempengaruhi konfigurasi IC yang berdampak pada kinerjanya. Wang and Chang (2005) menyatakan bahwa UMKM mengkompensasi skala usahanya yang relatif kecil dengan mengelola secara lebih strategis sumber daya manusia yang merupakan aset utamanya. Hal ini juga akan mempengaruhi modal struktural dan relational sehingga menimbulkan interaksi untuk mencapai pertumbuhan dan keunggulan bersaing.

Pertumbuhan identik dengan kunci ukuran kinerja dalam setiap industri walaupun ada yang berpendapat berbeda (Goold, 1996, Storey 1994). Pertumbuhan juga merupakan kunci indikator kinerja yang dapat diandalkan dalam evaluasi UMKM khususnya terkait dengan pertumbuhan penjualan yang stabil dan kontinyu (Laurence, 2001; O'Gorman, 2001; Watson et al., 1998).

Belum terdapat teori yang lengkap dan utuh untuk menjelaskan pertumbuhan UMKM dan masih terus berkembang hingga masa mendatang (Gibb and Davies, 1990). Pada beberapa riset terkini sebagai *antecedent* pertumbuhan digunakan kemampuan pembelajaran, keterbukaan budaya dan kepemimpinan (Choueke and Armstrong, 2000; Morrison and Bergin-Seers, 2002; Smith, 1998; Watson et al., 1998; Zhang, 2000; Smallborne et al., 1995; Weinzimmer, 2000).

Tantangan penting dalam pertumbuhan perusahaan adalah mempertahankan fleksibilitas dan keinovatifan bersamaan dengan pengenalan proses yang sistematis. Jika berhasil mengatasi hal tersebut bisa bermakna sebagai indikasi keberhasilan usaha (Hambrick and Crozier, 1985). Strategis manajemen pengetahuan akan mampu meningkatkan tantangan ini pada perusahaan yang bertumbuh. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

Ha 2a: *Human Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan

Ha 2b: *Structural Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan

Ha 2c: *Relational Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan

Konsep strategi seperti didefinisikan Barney (2007), adalah berkaitan dengan teori sebuah organisasi yang berkinerja tinggi dan unggul di bidang bisnisnya. Dalam wacana pencarian cara untuk unggul, maka terjadi pergeseran pandangan dalam memahami strategi. Pada model yang dikembangkan Porter atau disebut pendekatan organisasi industri/OI, strategi adalah semata soal pemosisian di pasar. Namun, kelompok RBV menilai bahwa nilai ekonomis dan keunggulan kompetitif sebuah organisasi ekonomi terletak pada kepemilikan dan pemanfaatan secara efektif sumber daya organisasi yang mampu menambah nilai (*valuable*), bersifat jarang dimiliki (*rare/scarce/unique*), sulit untuk ditiru *(imperfectly immitable/hard to copy),* dan tidak tergantikan oleh sumber daya lain (*non-substitutable*) (Barney 1991, 2001, 2007; Lewin and Phelan 1999; Wright, McMahan, dan McWilliams 1992)

Yu-Shan Chen(2007) mengkaji manajemen lingkungan dan inovasi pada UMKM dan perusahaan besar di Taiwan dan menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara IC dengan keunggulan bersaing. Dalam penelitiannya juga ditunjukkan bahwa tiga unsur IC memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan modal relasional paling dominan.

Christina Suciu (2005) juga mengkaji bahwa *Intellectual Capital* sebagai sumber keunggulan bersaing. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh signifikan investasi modal manusia dengan aset modal manusia serta antara investasi modal struktural dengan aset modal struktural.

Sementara Chen (2004), Wang dan Chang (2005) menemukan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh *human capital* dan *relational capital* dan ditemukan bahwa *human capital* mempengaruhi baik *structural capital* maupun *relational capital*. Josee dan Josee (2010) mendapatkan hasil bahwa *human capital* hanya mempengaruhi *structural capital* tapi tidak mempengaruhi *relational capital*. Hipotesis yang dapat dirumuskan melalui riset ini adalah:

Ha 3a: *Human Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing

Ha 3b: *Structural Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing

Ha 3c: *Relational Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian berlokasi di sentra UMKM yang tersebar di berbagai wilayah Banyumas. Metode pemilihan sampel menggunakan *convenience* sampling. Data primer diperoleh melalui kuesioner Kuesioner mencakup *self-assessment* terkait dengan nilai, penggunaan dan pengembangan aset tak berwujud UMKM dengan menggunakan skala Likert berdasar kategori *intangible assets* merujuk publikasi dan literatur yang ada (MERITUM-guidelines, Sveiby, 2001, Edvinsson & Malone, 1997, Roos et al. 1997 IFAC, 1998).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Knowledge Management

Pengelolaan pengetahuan bermakna mampu untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan mengaplikasikan pengetahuan ke segala macam kegiatan bisnis untuk pencapaian tujuan bisnis (Sveiby, 2001, Edvinsson & Malone, 1997). Indikator yang dikembangkan dalam variabel ini mencakup tiga aspek yaitu strategi, informasi dan budaya

Human Capital

Modal manusia diartikan sebagai pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman. Indikatornya mencakup peran sumber daya manusia, pembelajaran dan pengalaman (Sveiby, 2001, Edvinsson & Malone, 1997).

Organisational Capital

Modal struktural dimaknai sebagai pengembangan dan manifestasi modal manusia yang mencakup sistem teknologi informasi, konsep organisasi dan prosedur yang berjalan (Sveiby, 2001, Edvinsson & Malone, 1997)

Relational Capital

Modal relasional didefinisikan sebagai pengetahuan yang melekat dan digunakan dalam interaksi di antara individual sehingga membentuk suatu jaringan dan keterkaitan. Untuk variabel ini digunakan indikator terkait hubungan dengan para *stakeholder* (Sveiby, 2001, Edvinsson & Malone, 1997)

Pertumbuhan

Pertumbuhan diukur dengan menggunakan dua fungsi yaitu pertumbuhan penjualan tahunan dan usia perusahaan. Kedua indikator ini digunakan dengan alasan bahwa dalam rangka untuk tumbuh maka usaha harus dapat bertahan cukup lama dan memiliki peningkatan penjualan. Pertumbuhan menggunakan 4 skala Likert dari 1=”tidak ada peningkatan penjualan” hingga 4 = “penjualan yang sangat meningkat (>25%)”

Competitive Advantage

Keunggulan kompetitif sebuah organisasi ekonomi terletak pada kepemilikan dan pemanfaatan secara efektif sumber daya organisasi yang mampu menambah nilai (*valuable*), bersifat jarang dimiliki (*rare/scarce/unique*), sulit untuk ditiru *(imperfectly immitable/hard to copy),* dan tidak tergantikan oleh sumber daya lain (*non-substitutable*).

Metode Analisis

Intangible Assets Aptitude – (IAA-index)

Memahami konsep KM tidak menjamin adanya korelasi dengan aktivitas nyata untuk mengelola pengetahuan. Responden diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang terkait dengan aktivitas pengelolaan pengetahuan. Berdasar jawaban responden maka dapat diketahui katagori aktivitas KM berdasar MERITUM *guidelines* yaitu:

Cluster 1: *Traditional small businesses*
Cluster 2: *Domestic service providers*
Cluster 3: *Established industry*
Cluster 4: *Young innovators*

Dalam *path analysis* hubungan antar variabel harus linier dan aditif. Uji linieritas

menggunakan curve fit dan menerapkan prinsip *parsimony*, yaitu bilamana seluruh model signifikan berarti dapat dikatakan model berbentuk linier.

Dalam *path analysis*, hanya model rekursif yang dapat dipertimbangkan, yaitu sistem aliran *causal* ke satu arah. Suatu model dikatakan memenuhi model rekursif jika antara variabel epsilon (ε_i) saling bebas. Untuk menguji hubungan saling bebas digunakan uji *variance influence factor* (VIF). Suatu hubungan antar variabel epsilon dikatakan saling bebas dan antara vaiabel epsilon dengan variabel endogen memiliki hubungan yang saling bebas jika nilai VIF tidak lebih dari 10 (Algifari, 1997: 74). Suatu data bisa dilakukan *path analysis* jika data tersebut memiliki skala ukur minimal interval.

Analisis uji validitas atau kesahihan menggunakan korelasi Pearson, sedangkan kehandalan *(reliability)* adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Analisis uji kehandalan dilakukan dengan menggunakan analisis Cronbach Alpha.

Langkah ketiga dalam *path analysis* adalah pendugaan parameter (perhitungan koefisien *path*). Di dalam *path analysis*, disamping ada pengaruh langsung juga terdapat pengaruh tidak langsung dan pengaruh total. Pengaruh langsung diambilkan dari *standardize coeficients beta* dan diberi simbol P_{yixi}. Sedangkan pengaruh tidak langsung merupakan perkalian antar P_{yixi}. Pengaruh total merupakan penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

Sahih tidaknya suatu hasil analisis tergantung dari terpenuhi atau tidaknya asumsi yang melandasinya. Terdapat dua indikator validitas model di dalam *path analysis*, yaitu koefisien determinasi total dan *theory triming*. Koefisien determinasi total (R^2) diuji dengan uji F. Sedangkan uji validitas koefisien jalur pada setiap jalur untuk pengaruh langsung menggunakan nilai p dari uji t. Berdasarkan *theory triming*, jalur-jalur yang nonsignifikan dibuang sehingga diperoleh model yang didukung oleh data empirik. Sebagai konfirmasi tentang hasil pengujian dengan cara di atas, selanjutnya dilakukan pengujian dengan komputer program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM. Dari sejumlah 100 eksemplar kuesioner yang diedarkan, yang kembali berjumlah 85. Jadi terdapat *response rate* sebesar 85%. Namun setelah diteliti ternyata kuesioner yang berisi jawaban lengkap dan layak untuk diproses lebih lanjut hanya sebanyak 71 eksemplar.

Dalam tabel 2 dapat dilihat bahwa UMKM memiliki keunggulan bersaing di atas rata rata atau baik. Jika rata-rata skor jawaban responden lebih kecil dari 24 maka berarti UMKM memiliki keunggulan bersaing yang rendah. Skor jawaban responden mengenai berkisar antara 13 sampai dengan 40.

Skor jawaban responden berkisar antara 12 sampai dengan 50 untuk variabel *knowledge management*. Jadi KM yang dilakukan UMKM dalam kategori baik. Skor jawaban responden mengenai *human capital* ini antara 15 sampai dengan 45. *Mean* skor sebesar 32.06 berarti HC yang ada dalam katagori sedang. Untuk variabel *organizational* skor jaaban responden untuk variabel ini berkisar antara 9 sampai dengan 28. Untuk variabel *relational capital* skor *relational capital* yang dimiliki UMKM di sekitar 25 sampai 45.

HASIL

Uji Kualitas Data

Berdasar hasil analisis validitas menunjukan bahwa semua item pernyataan yang merupakan indikator keunggulan bersaing, *knowledge management, human capital, organizational capital* dan *relational capital* memiliki koefisien korelasi yang positip. Berarti item pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan sebagai data yang akan dianalisis lebih lanjut. Untuk pengujian reliabilitas, semua indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 sehingga semua item dapat dikategorikan reliabel.

Uji Normalitas dan VIF

Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan *normal probability plot.* Data berdistribusi normal karena garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti pola garis diagonal. Hubungan antara variabel epsilon dengan variabel endogen saling bebas digunakan uji *variance influence factor* (VIF). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai 0,01<VIF<10. Berarti hubungan antara variabel epsilon dan variabel endogen saling bebas.

Dalam tabel 2 terlihat bahwa yang menjadi titik *cut-off* variabel keunggulan bersaing adalah 24 sedangkan rata rata skor jawaban responden adalah 30.52. Berarti UMKM memiliki keunggulan bersaing di atas rata rata atau baik. Untuk variabel pertumbuhan, UMKM di Banyumas dalam 3 tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang sedang yaitu berkisar 3-10% per tahun. Sedangkan umur UMKM rata rata antara 3-5 tahun. *Human capital* berada dalam kondisi sedang *dan relational capital* termasuk baik. Kriteria usaha kecil yang tradisional adalah kapasitas pengembangan rendah, berorientasi pada pasar domestik dan berskala kecil. Berarti UMKM di Banyumas memiliki ciri ciri demikian.

Pengujian Hipotesis 1

Melalui analisis regresi linier sederhana dihasilkan persamaan untuk menjelaskan hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan adalah:

$$Z = 2{,}393 + 0.075X_1 + \varepsilon_1$$

Persamaan ini menunjukkan nilai konstanta sebesar 2,393. Berarti bahwa nilai pertumbuhan adalah sebesar 2,393 jika tidak ada *knowledge management*.

Nilai koefisien β_1 sebesar 0.075 menunjukkan variabel *knowledge management* mempunyai hubungan positif dengan variabel pertumbuhan di UMKM. Berarti naiknya *knowledge management*

akan menaikkan pertumbuhan. Jika kenaikan variabel *knowledge management* sebesar satu satuan maka akan menaikkan variabel sebesar 0.075 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain tetap pada tingkat kepercayaan 95%.

Sementara hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing terlihat dalam persamaan berikut ini:

$Z = 16.498 + 0.392X_2 + \varepsilon_1$

Nilai konstanta sebesar 16.498 berarti nilai keunggulan bersaing adalah sebesar 16.498 jika tidak ada *knowledge management*.

Nilai koefisien β_1 sebesar 0.392 menunjukkan variabel *knowledge management* mempunyai hubungan positif dengan variabel keunggulan bersaing di UMKM. Nilai koefisien determinasi (r^2) 0.161 (16,1%). Hal ini dapat diartikan bahwa 16,1% nilai variabel pertumbuhan dipengaruhi oleh variabel *knowledge management*. Sedangkan koefisien determinasi (r^2) 0.484. Jadi 48,4 % nilai variabel keunggulan bersaing dipengaruhi oleh *knowledge management.*

Berdasarkan hasil uji t dalam hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan diperoleh nilai t_{hitung} *knowledge management* sebesar 3.636 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Hal tersebut menunjukkan bahwa *knowledge management* berpengaruh positip dan signifikan terhadap pertumbuhan.

Untuk uji t hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing diperoleh nilai t_{hitung} *knowledge management* 8.047 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi, *knowledge management* berpengaruh positip dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing **diterima**

Pengujian Hipotesis 2a

Persamaan untuk menjelaskan hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan melalui *human capital* adalah:

$Z = 1.991 + 0.041X + 0.050Y_1 + \varepsilon_2$

Nilai koefisien determinasi *adjusted* r^2 sebesar 0.149 (14,9%). Jadi 14,9% variabel pertumbuhan dipengaruhi oleh variabel *knowledge management* dan *human capital*. Nilai F_{hitung} sebesar 7.1493 sedangkan nilai F_{tabel} adalah 4.1. Hal tersebut berarti bahwa *knowledge management* dan *human capital* secara bersama sama berpengaruh positip dan signifikan terhadap pertumbuhan.

Dalam uji t, *knowledge management* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.068 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Dengan demikian *knowledge management* secara parsial berpengaruh positip namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan. Untuk nilai t_{hitung} *human capital* adalah 1.032 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi berarti secara parsial *human capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan.

Dengan demikian analisis intervening tidak perlu dilakukan karena terdapat pengaruh yang tidak signifikan hubungan *knowledge management* terhadap pertumbuhan dengan variabel *human capital* sebagai intervening. Berdasarkan pengujian pengujian tersebut, hipotesis tiga a yang menyatakan

bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan, **ditolak**.

Pengujian Hipotesis 2b

Hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan melalui *organizational capital* yaitu:

$Z = 2.378 + 0.056X + 0.036Y_1 + \varepsilon_2$

Nilai koefisien determinasi *adjusted* r^2 0.14 (14%). Dapat diartikan bahwa 14% nilai variabel pertumbuhan dipengaruhi oleh variabel *knowledge management* dan *organizational capital*.

Dalam uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6.6905 sedangkan nilai F_{tabel} adalah 4.1. Hal tersebut berarti bahwa *knowledge management* dan *organizational capital* secara bersama-sama berpengaruh positip dan signifikan terhadap pertumbuhan.

Uji t *knowledge management* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.371 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Maka, *knowledge management* secara parsial berpengaruh positip dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan. Untuk nilai t_{hitung} *organizational capital* adalah 0.543 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi berarti secara parsial *organizational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan.

Karena terdapat jalur yang nonsignifikan maka analisis intervening tidak perlu dilakukan. Hipotesis dua b yang menyatakan bahwa *organizational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan, **ditolak.**

Pengujian Hipotesis 2c

$Z = -1.847 + 0.040X + 0.153Y_1 + \varepsilon_2$

Persamaan ini menunjukkan nilai konstanta sebesar -1.847. Berarti bahwa nilai pertumbuhan adalah sebesar -1.847 jika tidak ada *knowledge management* dan *relational capital*. Nilai koefisien β_1 sebesar 0.040 menunjukkan variabel *knowledge management* mempunyai hubungan positif dengan variabel pertumbuhan. Nilai koefisien β_2 sebesar 0.153 menunjukkan variabel *relational capital* mempunyai hubungan positif dengan variabel pertumbuhan. *Adjusted* r^2 sebesar 0.244 (24.4%). Hal ini dapat diartikan bahwa 24.4% nilai variabel pertumbuhan dipengaruhi oleh variabel *knowledge management* dan *relational capital*.

Nilai F_{hitung} adalah 12.281 sedangkan nilai F_{tabel} 4.1. Berarti bahwa *knowledge management* dan *relational capital* secara bersama sama berpengaruh positip dan signifikan terhadap pertumbuhan.

Uji t *knowledge management* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.786 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,96. Jadi, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (p_{value}= 0.079 > *alpha* 0.05). *Knowledge management* secara parsial berpengaruh positip namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan. Untuk *relational capital* nilai t_{hitung} adalah 3.111 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi secara parsial *relational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan.

Dengan demikian analisis intervening tidak perlu dilakukan. Hipotesis dua c yang menyatakan

bahwa *relational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan pertumbuhan, **ditolak**

Pengujian Hipotesis 3a

Persamaan untuk menjelaskan hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing melalui *human capital* yaitu:

$Z = 15.030 + 0.268X + 0.184\ Y_1 + \varepsilon_2$

F_{hitung} dalam uji F sebesar 34.454 sedangkan nilai F_{tabel} adalah 4.1. Hal tersebut berarti bahwa *knowledge management* dan *human capital* secara bersama sama berpengaruh positip dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Melalui uji t *knowledge management* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.974 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (p_{value}= 0.004 < *alpha* 0.05). Hal tersebut menunjukkan bahwa *knowledge management* secara parsial berpengaruh positip dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Untuk nilai t_{hitung} *human capital* adalah 1.621 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (p_{value}= 0.11 > *alpha* 0.05). Jadi berarti secara parsial *human capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Analisis intervening tidak perlu dilakukan karena terdapat pengaruh yang tidak signifikan. Berdasarkan pengujian pengujian tersebut hipotesis tiga a yang menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing, **ditolak**.

Pengujian Hipotesis 3b

Persamaan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing melalui *organizational capital* yaitu:

$Z = 16.334 + 0.180X + 0.396Y_1 + \varepsilon_2$

Nilai koefisien determinasi *adjusted* r^2 sebesar 0.520 (52%). Nilai F_{hitung} sebesar 38.884 sedangkan nilai F_{tabel} adalah 4.1. Hal tersebut berarti bahwa *knowledge management* dan *organizational capital* secara bersama sama berpengaruh positip dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Uji t *knowledge management* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.958 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (p_{value}= 0.054 > *alpha* 0.05). *Knowledge management* secara parsial berpengaruh positip namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Untuk nilai t_{hitung} *organizational capital* adalah 2.683 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (p_{value}= 0.009< *alpha* 0.05). Berarti secara parsial *organizational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Adanya jalur-jalur yang nonsignifikan mengakibatkan analisis intervening tidak perlu dilakukan Hipotesis empat b bahwa *organizational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing, **ditolak**.

Pengujian Hipotesis 3c

Berdasarkan perhitungan melalui analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan untuk menjelaskan hubungan *knowledge management* dengan

keunggulan bersaing melalui *relational* c*apital* yaitu:

$Z = 2.387 + 0.275X + 0.509Y_1 + \varepsilon_2$

Melalui perhitungan statistik diperoleh nilai koefisien determinasi *adjusted* r^2 sebesar 0.601 (60,1%). Berarti 60,1% nilai variabel keunggulan bersaing dipengaruhi oleh variabel *knowledge management* dan *relational* c*apital*. Nilai F_{hitung} sebesar 52.744 sedangkan nilai F_{tabel} adalah 4.1. Jadi, *knowledge management* dan *relational capital* secara bersama sama berpengaruh positip dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Melalui uji t *knowledge management* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.610 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (p_{value}= 0.000 < *alpha* 0.05). Hal tersebut menunjukkan bahwa *knowledge management* secara parsial berpengaruh positip dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Untuk nilai t_{hitung} *relational* c*apital* adalah 4.748 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,96. Jadi berarti secara parsial *relational* c*apital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Analisis intervening dilakukan dengan melakukan perbandingan pengaruh langsung dan tidak langsung masing-masing variabel.

Pengaruh langsung = a
Pengaruh tidak langsung = b x c
Total pengaruh = a + (bxc)

Melalui hasil perhitungan regresi linier *knowledge management* terhadap *relational* c*apital* diperoleh nilai *standardized coefficient* 0.5. Selanjutnya dengan perhitungan regresi linier berganda dapat diketahui *knowledge management* dengan keunggulan bersaing memiliki nilai *standardized coefficient* sebesar 0.489 dan 0.414 untuk *relational* c*apital* dengan keunggulan bersaing. Berarti terdapat pengaruh langsung *knowledge management* terhadap keunggulan bersaing sebesar 48,9% dan pengaruh tidak langsung *knowledge management* terhadap keunggulan bersaing melalui *relational* c*apital* sebagai variabel intervening sebesar 41.4%.

Jadi total pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan bersaing melalui *relational* c*apital* sebagai variabel intervening adalah 69,6%. Terjadi kenaikan sebesar 20.7% yang menunjukkan bahwa *relational* c*apital* merupakan variabel intervening dalam hubungan antara *knowledge management* dengan keunggulan bersaing. Hipotesis empat c yang menyatakan bahwa *relational* c*apital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *knowledge management* dengan keunggulan bersaing, **diterima**.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengekspolarasi pengelolaan pengetahuan di UMKM yang berlokasi di Banyumas. Faktor pengelolaan pengetahuan diduga berpengaruh terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing.

Perusahaan dengan skala kecil biasanya berusaha mengelola secara lebih efektif sumber daya manusia yang dimilikinya. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diketahui bahwa adanya interaksi aset

tak berwujud seperti *organizational* dan *relational* yang mempengaruhi hubungan antara *knowledge* management dengan pertumbuhan dan keunggulan bersaing.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa UMKM di Banyumas masih merupakan usaha kecil yang tradisional. Hal ini didukung dengan ciri-ciri masih dikelola secara konvensional, berorientasi domestik, fokus pada satu figur, pertumbuhan sedang, hanya berorientasi pada pasar di wilayah sekitar dan belum mengutamakan merk, hak cipta dan paten.

Temuan dalam pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *knowledge management* berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing. Berarti UMKM di Banyumas telah mengelola pengetahuan untuk membantu mencapai kinerjanya. Hasil ini mendukung Choueke and Armstrong, 2000; Morrison and Bergin-Seers, 2002; Smith, 1998; Watson et al., 1998; Zhang, 2000; Smallborne et al., 1995; dan Weinzimmer, 2000 yang menemukan bahwa pertumbuhan akan dipicu oleh kemampuan pembelajaran, keterbukaan budaya dan kepemimpinan.

Selain itu di Taiwan Yu-Shan Chen (2007) juga menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara IC dengan keunggulan bersaing. Dalam penelitiannya juga ditunjukkan bahwa tiga unsur IC memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan modal relasional paling dominan. Christina Suciu (2005) juga membuktikan terdapat pengaruh signifikan investasi modal manusia dengan aset modal manusia serta antara investasi modal struktural dengan aset modal struktural.

Pada pengujian hipotesis ketiga baik a, b maupun c ditemukan bahwa modal manusia, organisasi dan relasi bukan merupakan intervening hubungan antara *knowledege management* dengan pertumbuhan. Temuan ini berbeda dengan hasil riset Hambrick and Crozier (1985) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan terkait erat dengan fleksibilitas dan keinovatifan bersamaan dengan pengenalan proses yang sistematis. Berarti UMKM di Banyumas masih merupakan industri domestik serta belum fleksibel dan inovatif dalam usahanya, sehingga dapat memicu pertumbuhan yang memuaskan.

Untuk hipotesa empat a dan b ditolak. Berarti bahwa sumberdaya manusia dan organisasi masih belum dikelola dengan baik sehingga mampu menciptakan keunggulan bersaing.

Fakta tersebut didukung oleh Bambang Setiarso (2006) yang menemukan bahwa salah satu kendala serius yang dihadapi oleh UMKM dalam bidang produksi adalah rendahnya kualitas SDM. Latar belakang pendidikan pengusaha pada umumnya masih rendah, sehingga sulit memahami atau menguasai teknologi yang diperlukan dan sulit menerima atau beradaptasi dengan proses pembaharuan akibat perkembangan iptek yang sangat cepat. Namun, temuan dalam riset ini berbeda dengan hasil Chen (2004), Wang dan Chang (2005) bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh *human capital* dan *relational capital* dan *human capital* mempengaruhi

baik *structural capital* maupun *relational capital*.

Untuk pengujian hipotesis keempat terbukti bahwa variabel *relational capital* merupakan faktor yang mempengaruhi hubungan antara *knowledge management* dengan keunggulan bersaing. Berarti UMKM di Banyumas baru mengandalkan faktor *relational* untuk mencapai keunggulan bersaing. Hal ini sesuai dengan kesimpulan Yu-Shan Chen (2007) bahwa terdapat hubungan yang positif antara IC dengan keunggulan bersaing dan modal *relasional* paling dominan.

KESIMPULAN

UMKM di Banyumas masih merupakan usaha kecil yang tradisional. Terdapat pengaruh *knowledge management* terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing yang signifikan namun tidak terdapat pengaruh signifikan *knowledge management* melalui *human capital, organizational capital dan relational capital* terhadap pertumbuhan Tidak terdapat pengaruh signifikan *knowledge management* terhadap keunggulan bersaing melalui *human capital dan organizational capital.* Namun, terdapat pengaruh signifikan melalui *relational capital*

Pengelolaan UMKM di Banyumas masih tradisonal berada dalam kondisi pertumbuhan sedang. Untuk lebih dapat berkembang dengan pesat perlu melakukan berbagai inovasi dan pengembangan dengan dukungan berbagai instansi terkait seperti lembaga keuangan, pemerintah daerah maupun perguruan tinggi.

Pengelolaan pengetahuan masih menggunakan cara konvensional berdasarkan budaya dan pengalaman. Dengan demikian faktor *intangible* belum dioptimalkan secara maksimal. Perlu pelatihan dan pendampingan yang lebih fokus untuk mendukung perkembangan UMKM.

Untuk lebih meningkatkan keunggulan bersaing UMKM tidak hanya mengandalkan faktor relational namun perlu meningkatkan sumberdaya manusia dan organisasi melalui penyusunan rencana bisnis yang lebih komprehensif. Pemilik dan manajer berpartisipasi aktif dalam upaya peningkatan kemampuan wirausaha.

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah variabel yang diduga mempengaruhi pertumbuhan dan keunggulan kompetitif UMKM hanya menyangkut aspek *knowledge management*. Untuk penelitian mendatang perlu dipertimbangkan variabel lain seperti faktor dukungan institusi, pendanaan dan manajemen

DAFTAR PUSTAKA

Apip Hadi Susanto, 2005. "Strategi Komunikasi dalam Mengantisipasi Kegagalan Penerapan Teknologi oleh Petani Komunitas", *Journal of Rural Studies,*

Bambang Setiarso, 2005. *Knowledge Sharing in Indonesia Research Centre: models and mechanism.* Proceedings on the 9Th World Multi Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics. USA: Orlando, Florida, July

10-13: pp.14. http://www.iiisci.org/sci2005

Bambang Setiarso, Jusni Djatin dan Nazir Harjanto, 2004. Strategi Peningkatan Daya Saing Infrastruktur Iptek Rekayasa dan Produksi menghadapi persaingan Global: "*Knowledge Management pada Industri Makanan"*. Riset Kompetitif Pengembangan Iptek, Sub Program "*Otonomi Daerah, Konflik dan Daya Saing"*. Jakarta: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

Bataineh, Mohammad. T. & Al Zoabi The Effect of Intellectual Capital on Organizational Competitive Advantage: Jordanian Commercial Banks (Irbid District) An Empirical Study *Business Administration Department Jarash Private University, Jordan*

Barney, Jay B. 2001. Resource-based Theories of Competitive Advantage: A Ten Year Retrospective on the Resource-based View. *Journal of Management* vol 27, pp. 643-650.

Barney, Jay B. 2007. Gaining and Sustaining Competitive Advantage. US: Pearson Prentice Hall.

Boudreau, John W. and Peter M. Ramstad. 1996. Measuring Intellectual Capital: Learning from Financial History. School of Industrial and Labor Relations, Cornell University Center for Advanced Human Resource Studies (CAHRS) Working Paper No 96

Boudreau, John W. and Peter M. Ramstad. 2007. Beyond HR: The New Science of Human Capital. Boston: Harvard Business School Press.

Bounfour, Ahmed and Leif Edvinsson. 2005. Intellectual Capital for Communities Nations, Regions, Cities. Oxford: Elsevier.

Bontis, N. 2004. National Intellectual Capital Index, *Journal of Intellectual Capital*, vol. 5

Bontis, Nick, M. Crossan, and J. Hulland. 2001. Managing an Organizational Learning System by Aligning Stocks and Flows. *Journal of Management Studies* Forthcoming.

Bramhandkar, A., Erickson, S. and Applebee I. 2007. "Intellectual Capital and Organizational Performance: an Empirical Study of the Pharmaceutical Industry." The Electronic *Journal of Knowledge Management*, Volume 5, Issue 4, pp. 357 – 362.

Christina Suciu 2006. Intellectual Capital as a source of the competitive advantage. The International Conference on Business Excellence.

Choo, Chun Wei, 1988. "*The Knowing Organization. How Organizations Use Information to Constract Meaning, Create Knowledge, and Make Decisions*". Oxford Univeristy Press, New York.

Cohen, W.M. 1995. Empirical studies of innovative activity.

Cooke, Steve and Nigel Slack, 1991. "*Making Management Decisions*", 2ed. Prentice Hall, Singapore.

Davenport, Thomas H & Prusak, L 1998. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Boston: Harvard Business School Press.

Drucker, Peter F. 1997. Manajemen di Tengah Perubahan Besar. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Florin, J., Lubatkin, M., & Schulze, W. 2003. A social capital model of high-growth ventures. *Academy of Management Journal*, 46: 374-384.

Gauthama, Margaret P, 1999. "Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Pengrajin Gerabah di Desa Banyumelek, Lombok Barat", dalam Alkadri, Muchdie, dan Suhandoyo (penyunting), *Tiga Pilar Pengembangan Wilayah Sumber Alam, Sumber Daya Manusia, Teknologi*. Jakarta.

Garvin, David 2000. Learning in Action: A Guide to Putting the Learning Organization to Work.Boston: Harvard Business School Press.

Gratton. L,& Ghoshal, S, 2003. Managing personal human capital: New ethos for the volunteer employee *European Management Journal*, Vol 21, PP1-10.

Gupta, A.K., & Govindarajan, V. 2000. Knowledge management's social dimension: Lessons from Nucor Steel. Sloan Management Review, 42(1) 71-79

Guthrie, James and Richard Petty. 2000. Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices. *Journal of Intellectual Capital* Vol 1 No 3, 241-251.

Kavida, V, and Sivakoumar, N, 2010. The Impact of Intellectual Capital on International Business–An Analysis of Investments in Intellectual Capital& Export Performance, Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1622199.

Khan, Mosahid. 2005. Estimating the Level of Investment in Knowledge Across the OECD Countries. Dalam Bounfour and Edvinsson.

Lewin, Peter and Steven E. Phelan. 1999. Rent and Resources: A Market Process Perspective.

An unpublished draft of report. Dallas, Texas: University of Texas.

Leif Edvinsson, Maylun Buck Lew,1999. Intellectual Capital at Skandia, Ernst & Young Center for Information Technology and Strategy.

Longo, Mariolina; Mariani, Marcello M. 2009. The effect of intellectual capital attributes on organizational performance. The case of the Bologna Opera House, Knowledge *Management Research & Practice*, Volume,7 Number 4, pp. 365-376(12).

Lonnqvist, Antti and Paula Mettane. TT. Criteria of Sound Intellectual Capital Measures. Finland: Institute of Industrial Management, Tampere University of Technology.

Lundvall, Bengt-Ake. 1996. The Social Dimension of the Learning Economy. Danish Reseach Unit for Industrial Dynamics (DRUID) Working Paper No. 96-1.

Malhotra, Yogesh. 2003. Measuring Knowledge Assets of a Nation: Knowledge Systems for Development. A research paper delivered at the UN Advisory Meeting of the Dept of Economic and Social Affairs. UN Headquarters, New York, 4-5 September 2003.

Mauritsen, J., H.T. Larsen, and P.N.D. Bukh. 2001. Intellectual Capital and the Capable Firm: Narrating, Visualising and Numbering for Managing Knowledge. *Accounting, Organization and Society*. No 7/8.

Marilyn Miller, 1999 Measuring and Reporting Intellectual Capital from A Diverse Canadian Industry Perspective: Experiences, Issues and Prospects, OECD symposium, Amsterdam, June 9-11,

Nahapiet, Janine and Sumantra Ghoshal. 1998. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review* Vol 23 No 2, 242-266.

Neil Rupidara, 2008. Modal Intelektual dan Strategi Pengembangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia Tanggal 21 February. Universitas Kristen Satya Wacana

North, Klaus and Stefanie Kares. 2005. Ragusa or How to Measure Ignorance: The Ignorance Meter. Dalam Bounfour and Edvinsson.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. 1995. The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. New York: Oxford Press.

Porter, M. 1996. On Competition, Cambridge, MA: *Harvard Business Review Press*.

P. Stoneham (Ed.), Handbook of the economics of innovation and technological change: 182-264. Oxford, England: Blackwell.

Ranjith Appuhami 2007. The Impact of Intellectual Capital on Investors' Capital Gains on Shares: An Empirical Investigation of Thai Banking, Finance & Insurance Sector, *International Management Review*, Vol. 3 No. 2.PP:14-25.

Roos, G. 2003. An intellectual capital Primer. Internet version.

Schultz, T.W. 1961. Investment in human capital. *American Economic Review*, 51: 1-17.

Sharon, Boyce 2007. Using Intellectual Capital and Organizational Capability to Enhance Strategic Implementation for Pharmaceutical Firms, *journal of Business and Public Affairs*, ISSN 1934-7219, Volume 1, Issue

Tabel 1: Demografi Responden

1.	Education	Jenjang	Jml	Prosentase (%)
		SD	1	1,4
		SLTP	10	14
		SLTA	22	31
		Dipl	1	1,4
		S1	31	43,7
		NA	6	8,5
	Tot		71	100
2.	Gender		Jml	Prosentase (%)
		Wanita	13	18,3
		Pria	52	73,2
		NA	6	8,5
	Tot		71	100,00
3.	Age	Kel	Jml	Prosentase (%)
		25-34	15	21
		35-44	33	46,5
		45-54	12	17
		55-64	5	7
		NA	6	8,5
	Tot		71	100,00

Tabel 2: *Means* Skor Jawaban Responden dalam Setiap Variabel

o.	Variabel	*Cut-off*	*Mean*	Keterangan
1.	*CA*	24	30.52	CA di atas rata rata
2.	*Growth*	4	2,18	Tumbuh sedang 3-10%
		4	2,90	Usia 3-5 tahun
3.	*KM*	30	35.80	Baik
4.	*HC*	27	32.06	Sedang
4.	*OC*	18	19.59	Sedang
5.	*RC*	27	35.90	Baik

THE RELEVANCY BUSINESS ENVIRONMENT AND BUSINESS PERFORMANCE OPTIMIZATION STRATEGIES IN MANUFACTURING SMALL AND MEDIUM SCALE COMPANIES IN INDONESIA

Lena Ellitan[1)]

Cyrillius Martono[1)]
E-mail : ellistya@yahoo.com
cyrill_martono@yahoo.com
[1)]Business Faculty of Widya Mandala Catholic University, Surabaya

ABSTRACT

This research was conducted to test whether a conceptual model of manufacturing strategy relevant when applied in different research settings, the small and medium manufacturing companies in Indonesia. The study involved eighty-eight small and medium scale manufacturing companies yielding response rate of 17.6%. The study generally indicates that environmental uncertainty has no significant effect on the choice of competitive strategy and manufacturing strategy in small and medium scale companies. The study also indicate that both cost leadership and differentiation strategy has a significant effect on the flexibility, cost leadership has a significant effect on quality, differentiation strategy has a significant effect on the quality, manufacturing strategy choices that focuses on cost is significantly influenced by the cost leadership strategy but not by a differentiation strategy, while the competitive strategy choices, both cost leadership and differentiation does not significantly effect delivery strategy. Competitive strategies simultaneously effect the financial performance, the partial cost leadership effects financial performance but differentiation does not effect financial performance.

Keywords: *environmental uncertainty, business strategy, manufacturing strategy, firm performance*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah model konseptual strategi manufaktur relevan jika diaplikasikan dalam *setting* penelitian yang berbeda yaitu pada perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah di Indonesia. Studi ini melibatkan delapan puluh delapan perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah dengan tingkat respon sebesar 17.6%. Hasil studi secara umum menunjukkan bahwa Ketidakpastian lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan strategi kompetitif dan strategi manufaktur pada perusahaan skala kecil dan menengah. Hasil studi juga menunjukkan bahwa baik strategi kepemimpinan biaya maupun differensiasi memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi fleksibilitas, kepemimpinan biaya memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas tetapi strategi diferensiasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas, pilihan strategi manufaktur yang memfokuskan pada biaya dipengaruhi secara signifikan oleh strategi kepemimpinan biaya tetapi tidak oleh strategi diferensiasi, sedangkan pilihan strategi kompetitif baik kepemimpinan biaya maupun diferensiasi tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap strategi

pengiriman. Strategi kompetitif secara simultan berpengaruh terhadap kinerja finansial, secara parsial cost leadership mempengaruhi kinerja finansial tetapi deferensiasi tidak mempengaruhi kinerja finansial.

Kata Kunci: Ketidakpastian lingkungan, strategi bisnis, strategi manufaktur, kinerja perusahaan.

PENDAHULUAN

Penelitian dibidang manajemen operasi yang memfokuskan pada studi strategi manufaktur dengan menggunakan metode empiris telah mengalami peningkatan. Beberapa literatur yang ada menyebutkan bahwa riset empiris memfokuskan pada konsistensi internal strategi manufaktur dan menilai konsekuensinya terhadap kinerja perusahaan. Tetapi sangat sedikit riset empiris yang membahas adanya keterkaitan antara dinamisme lingkungan, strategi manufaktur, strategi kompetitif, dan kinerja perusahaan, meskipun telah banyak literatur konseptual yang membahas isu tersebut (Swink dan Way, 1995). Kondisi ini menarik minat penulis melakukan suatu *confirmatory study* untuk menguji hipotesis dan menjawab masalah penelitian terkait dengan model konseptual strategi manufaktur dalam konteks strategi kompetitif dan dinamisme lingkungan dengan menggunakan *setting* penelitian yang berbeda yaitu pada perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah di Indonesia.

Pemilihan setting penelitian pada perusahaan manufaktur didasarkan pada pertimbangan bahwa perusahaan manufaktur Indonesia dihadapkan pada tantangan persaingan global yang menuntut perusahaan untuk mampu melakukan efisiensi biaya dan diferensiasi produk khususnya dalam menciptakan barang dan jasa mampu bersaing secara global dan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Kondisi ini menuntut perusahaan di Indonesia khususnya, perusahaan manufaktur, untuk dapat meningkatkan daya saing barang dan jasa yang berbasis sumber daya lokal sehingga perusahaan dapat bersaing dan mengembangkan bisnis di tingkat internasional.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah model konseptual strategi manufaktur tersebut masih relevan jika diaplikasikan dalam *setting* penelitian yang berbeda yaitu pada perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah di Indonesia. Dalam penelitian ini, dinamisme lingkungan mewakili tingkat turbulensi dalam produk, teknologi, dan permintaan produk dalam suatu pasar (Miller dan Friesen, 1983; Dess dan Davis, 1984). Strategi kompetitif mewakili luas dimensi yang digunakan suatu bisnis sebagai basis keunggulan, misalnya harga dan diferensiasi (Porter, 1980). Strategi Manufaktur merupakan dimensi orientasi manufaktur untuk memenangkan persaingan. Sedangkan kinerja bisnis menunjukkan kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Model penelitian didasarkan pada model konseptual strategi manufaktur, pada penelitian yang dilakukan oleh Ward dan Duray

(2000). Dalam model tersebut, strategi kompetitif diperlakukan sebagai variabel mediasi antara dinamisme lingkungan dan strategi manufaktur, dan strategi manufaktur sebagai variabel mediasi antara strategi kompetitif dan kinerja perusahaan. Meskipun dalam penelitian-penelitian sebelumnya efek mediasi strategi kompetitif terhadap keterkaitan antara dinamisme lingkungan dan strategi manufaktur (kecuali penelitian Ward dan Duray, 2000) belum pernah diteliti, dinamisme lingkungan telah diidentifikasi sebagai variabel yang penting baik dalam studi konseptual maupun studi empiris dalam strategi kompetitif maupun strategi manufaktur (Skinner, 1969; Hofer, 1975; Van Dierdonk dan Miller, 1980).

Beberapa isu yang dibahas dalam penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan literatur dibidang manajemen operasi dan manajemen strategi terkait dengan: 1) Apakah data yang telah dikumpulkan dari sampel perusahaan manufaktur skala kecil menengah dalam penelitian ini konsisten dengan model konseptual strategi manufaktur yang diajukan dan didukung oleh beberapa literatur yang ada, 2) Apakah strategi manufaktur berpengaruh pada kinerja bisnis perusahaan bila efek dinamisme lingkungan dan strategi kompetitif juga dipertimbangkan, 3) Untuk mengetahui pengaruh strategi kompetitif pada strategi manufaktur, secara spesifik untuk mengetahui efek dinamisme lingkungan terhadap strategi manufaktur, dengan memperhatikan peran mediasi strategi kompetitif. Untuk menjawab isu-isu tersebut, data perusahaan manufaktur skala kecil menengah yang digunakan dalam penelitian ini akan dipisahkan antara perusahaan yang memiliki kinerja bisnis rendah dengan kinerja bisnis yang tinggi.

Tinjauan Literatur

Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian tentang strategi manufaktur dan strategi kompetitif telah dilakukan dalam literatur konseptual dan empiris di bidang manajemen operasi dan strategik seperti dibahas dalam Tabel 1

Tabel 1
Penelitian Sebelumnya Tentang Model Konseptual Strategi Manufaktur

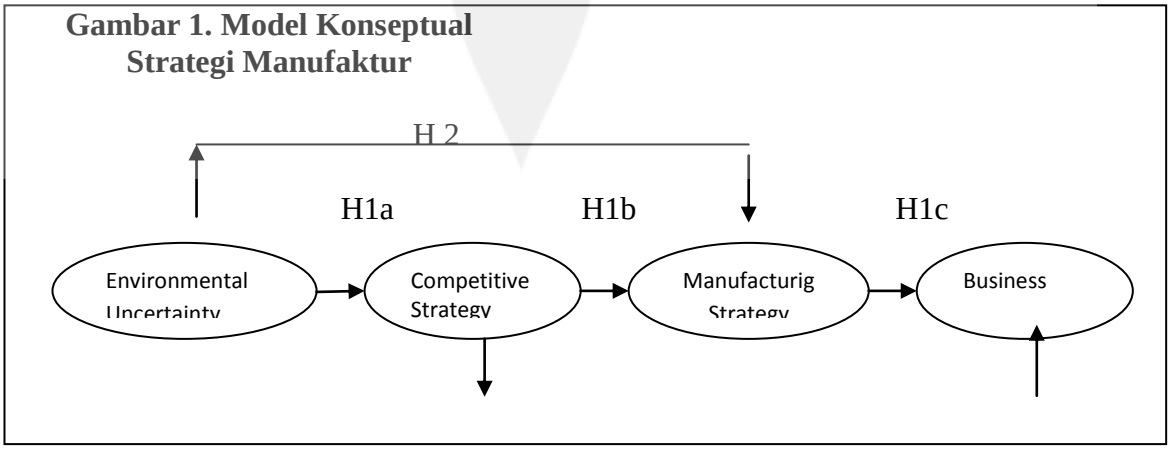
Peneliti	Tujuan dan Hasil Penelitian
Skinner (1969)	Bertujuan menguji model konseptual strategi manufaktur yang menunjukkan adanya keterkaitan *(link)* antara dinamisme lingkungan, strategi kompetitif, strategi manufaktur, dan kinerja perusahaan. Dinamisme lingkungan memiliki pengaruh terhadap strategi kompetitif maupun strategi manufaktur. Strategi kompetitif memediasi keterkaitan antara dinamisme lingkungan dan strategi manufaktur.
Hill (1994)	Studi yang dilakukan memfokuskan pada memperkenalkan model konseptual yang menunjukkan keterkaitan antara lingkungan, strategi kompetitif, dan strategi manufaktur tetapi belum diuji secara empiris.
Vickery (1983)	Menguji keterkaitan antara strategi kompetitif, strategi manufaktur, dan kinerja bisnis dan menemukan adanya kovarian antara strategi kompetitif dan strategi manufaktur, kompetensi produk memiliki pengaruh pada kinerja bisnis perusahaan.
Keats dan Hitt (1988)	Menggunakan struktur model kovarian untuk menggambarkan keterkaitan antara dimensi lingkungan, strategi kompetitif, dan kinerja.
Kim dan Lim (1988)	Memberikan bukti model keterkaitan lingkungan, strategi kompetitif, dan kinerja perusahaan. Secara umum dinamisme lingkungan memberikan pengaruh positif pada pilihan strategi.
Swamidass dan Newell (1987) dan Ward et al. (1995)	Studi memfokuskan pada efek variabel independen yaitu ketidakpastian lingkungan *(environmental uncertainty)* yang memediasi keterkaitan antara fleksibilitas manufaktur dan peran manajer manufaktur dalam pembuatan keputusan strategik serta efek ketiga variabel tersebut terhadap kinerja bisnis perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memiliki pengaruh positif pada peran manajer manufaktur dalam pembuatan keputusan. Kinerja bisnis perusahaan menurun seiring dengan peningkatan ketidakpastian lingkungan.

Model Konseptual Strategi Manufaktur

Dalam penelitian ini model di replikasi dari Model yang dikemukakan Ward dan Duray (2000) yang dikembangkan menggunakan beberapa studi empiris yang telah dibahas sebelumnya seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Model tersebut mengacu pada pendapat yang menunjukkan adanya keterkaitan antara lingkungan, strategi kompetitif, strategi manufaktur untuk mencapai kinerja bisnis yang baik.

Studi utama yang diacu pertama kali dilakukan oleh Ward et al. (1995) yang menguji keterkaitan antara dinamisme lingkungan, strategi manufaktur dan kinerja. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dinamisme lingkungan memiliki pengaruh positif pada fleksibilitas manufaktur. Penelitian-penelitian selanjutnya juga menunjukkan keterkaitan antara dinamisme lingkungan dan kualitas dan kapabilitas pengiriman diantara perusahaan yang memiliki kinerja tinggi. Studi tersebut menggunakan *path model* untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap strategi manufaktur dan kinerja, tetapi tidak memasukkan strategi kompetitif dalam model penelitian.

Gambar 1. Model Konseptual Strategi Manufaktur



Diadopsi dari: Ward dan Duray (2000)

Mengingat penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian sebelumnya maka peneliti saat ini mengembangkan lebih lanjut dengan menambahkan perlakuan kontrol berdasar jenis industri, skala perusahaan (asset dan size). Tabel berikut ini meringkas keunikan studi ini dibanding dengan penelitian terdahulu.

Tabel 2.
Ringkasan Beda Penelitian Terdahulu dan Penelitian Ini

No	Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini
1.	Konteks lingkungan lebih pada dinamikanya	Konteks lingkungan bisnis lebih pada ketidakpastiaannya yang dipandang lebih sesuai untuk negara berkembang
2	Peneliti belum mengkontrol berdasar size, asset, dan kategori bisnis	Peneliti mengkontrol dari segi size, asset dan kategori bisnis
3	Penelitian terdahulu dilakukan untuk negara yang sudah maju industrinya	Mencoba menerapkan model dan mengujinya dalam kultur negara yang sektor manufakturnya sedang kembang kempis saat ini

Hipotesis Penelitian

Telaah literatur menunjukkan bahwa, meskipun model keterkaitan dinamisme lingkungan, strategi kompetitif, strategi manufaktur, dan kinerja bisnis didukung secara konseptual, namun bukti empiris dalam penelitian ini sangat kurang. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dan pertanyaan penelitian yang muncul terkait dengan *sequential relationship* seperti digambarkan pada Gambar 1 yang menunjukkan pengaruh langsung antara dinamisme lingkungan pada strategi kompetitif *(path 1a)*, strategi kompetitif dengan strategi manufaktur *(path 1b)*, dan strategi manufaktur dengan kinerja bisnis *(path 1c)*. Pengujian secara simultan atas ketiga *path* tersebut dilakukan untuk menguji model konseptual dalam literatur strategi operasi dan menunjukkan pertanyaan apakah model tersebut didukung oleh data yang ada. Penelitian ini juga menguji adanya pengaruh yang signifikan antara dinamisme lingkungan dan strategi manufaktur *(path 2)* dan antara strategi kompetitif dengan kinerja bisnis *(path 3)*. Sebagai tambahan, penelitian ini juga menguji apakah perusahaan yang memiliki kinerja tinggi akan lebih sesuai dengan model konseptual yang ada bila dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja yang lebih rendah.

Kesesuaian Model Konseptual

Dalam penelitian ini perusahaan diklasifikasikan atau dibedakan dalam golongan perusahaan yang memiliki kinerja tinggi dan perusahaan yang memiliki kinerja rendah. Berdasarkan literatur pendukung yang ada diekspektasikan bahwa model akan sesuai atau *fit* untuk perusahaan yang relatif tinggi kinerjanya. Perusahaan dengan kinerja rendah kurang sesuai dengan model tersebut. Skinner (1969) berpendapat bahwa strategi manufaktur harus sesuai dengan strategi kompetitif. Hill (1994) dikutip dari Ward dan Duray (2000) menggambarkan suatu proses strategi yang bertujuan untuk menghindari *mis-allignment* antara tujuan pemasaran dan kapabilitas manufaktur karena *mis-allignment* biasanya disebabkan oleh rendahnya kinerja bisnis. Oleh karena itu, diduga perusahaan yang memiliki kinerja bisnis tinggi akan mengikuti atau sesuai dengan model.

Secara spesifik penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan dukungan secara statistik kesesuaian *path model* yang bagus dalam pengaruh langsung antara lingkungan, strategi kompetitif, strategi manufaktur diantara perusahaan yang memiliki kinerja tinggi. Hasil pengujian yang tidak signifikan diantara perusahaan yang memiliki kinerja tinggi menunjukkan bahwa data tidak mendukung model konseptual.

Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Kompetitif

Literatur konseptual maupun empiris memberikan beberapa bukti tentang adanya pengaruh dinamisme lingkungan pada pilihan strategi kompetitif. Bersaing dalam kondisi lingkungan yang berubah cepat dan diindikasikan dengan makin pendeknya siklus hidup produk, konsumen yang memiliki informasi lebih baik, difusi teknologi yang

cepat, *customized product*, dan meningkatnya pesaing baru, menuntut perusahaan untuk menetapkan strategi kompetitif sehingga peningkatan fleksibilitas dan produktivitas tercapai. Ketidakpastian lingkungan diidentifikasi sebagai kontingensi penting dalam studi konseptual maupun empiris baik dalam strategi kompetitif maupun strategi manufaktur (Skinner, 1969; Hofer, 1975; Van Dierdonck dan Miller, 1980). Dalam studi ini ditunjukkan bahwa dinamisme lingkungan akan mendukung dalam keputusan pilihan strategi kompetitif.

Hipotesis 1a. Ketidakpastian lingkungan mempengaruhi pilihan strategi kompetitif.

Strategi Kompetitif Dan Strategi Manufaktur

Swink dan Way (1995) menunjukkan bahwa relatif sedikit studi yang memberikan bukti empiris tentang adanya pengaruh pilihan strategi kompetitif pada strategi manufaktur misalnya bahwa strategi manufaktur didukung oleh pilihan strategi kompetitif dalam bisnis yang memiliki kinerja bisnis tinggi. Vickery et al. (1983) menyatakan bahwa dalam pengembangan strategi manufaktur sangat penting untuk dicatat bahwa kinerja bisnis rendah dihasilkan ketika strategi manufaktur tidak dikaitkan dengan strategi kompetitif. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi adanya pengaruh pilihan strategi kompetitif pada strategi manufaktur.

H1b: Strategi kompetitif mempengaruhi strategi manufaktur

Strategi manufaktur dan Kinerja Bisnis

Swamidass dan Newel (1987) menunjukkan bahwa kinerja memiliki pengaruh positif pada implementasi strategi manufaktur. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa kualitas dikaitkan dengan kinerja yang bagus. Ferdows dan Demeyer (1990) dan Noble (1995) memiliki argumentasi bahwa strategi manufaktur yang efektif umumnya dimulai dengan kualitas sebagai basis. Hipotesis diuji untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif kapabilitas manufaktur pada kinerja bisnis.

H1c: Strategi manufaktur mempengaruhi kinerja bisnis

Ketidakpastian Lingkungan Dan Strategi Manufaktur

Literatur menyebutkan bukti-bukti pengaruh langsung antara faktor-faktor lingkungan khususnya dinamisme lingkungan dan strategi manufaktur. Swamidas dan Newel (1987) dan Ward et al. (1995) meneliti keterkaitan dinamisme lingkungan, strategi manufaktur, dan kinerja bisnis. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa perusahaan dengan kinerja tinggi, memilih strategi manufaktur yang konsisten dengan lingkungannya. Pengujian juga dilakukan untuk menguji keberadaan pengaruh langsung dinamisme lingkungan pada strategi manufaktur dengan memperhatikan peran mediasi strategi kompetitif. Koefisien untuk *path analysis* yang tidak signifikan akan mengakibatkan strategi kompetitif memediasi efek

dinamisme lingkungan pada strategi manufaktur.

H2: Ketidakpastian lingkungan memiliki pengaruh langsung terhadap strategi manufaktur

Strategi Kompetitif dan Kinerja Bisnis

Van de Ven dan Drazin (1985) dalam (Ward and Duray, 2000) dan Doty et al. (1993) mengemukakan bahwa strategi yang efektif digunakan untuk mencapai kinerja bisnis tinggi. Implementasi strategi merupakan kunci adanya keterkaitan antara strategi kompetitif dan kesuksesan perusahaan yang diukur dengan kinerja bisnis. Beberapa penulis berpendapat bahwa strategi manufaktur mendeskripsikan implementasi dengan memberikan gambaran yang lebih rinci tentang bagaimana strategi kompetitif diaplikasikan (Hatten et al., 1978, Miller, 1987). Pengujian koefisien *path analysis* dilakukan untuk mengetahui pengaruh strategi kompetitif pada kinerja bisnis perusahaan dan untuk menguji pentingnya intervensi strategi manufaktur dalam mendefinisikan keterkaitan antara strategi kompetitif dan kinerja bisnis. Koefisien *path analysis* yang tidak signifikan menunjukkan bahwa strategi manufaktur memediasi pengaruh strategi kompetitif pada kinerja bisnis.

H3: Strategi kompetitif memiliki pengaruh langsung dengan kinerja bisnis.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini unit analisis adalah organisasi yaitu perusahaan manufaktur skala kecil menengah di indonesia. Data mengenai perusahaan manufaktur skala kecil menengah diperoleh dari Direktori Industri Manufaktur yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2007. Penelitian ini menggunakan klasifikasi industri berdasarkan data Statistik Industri Besar dan Sedang yang diterbitkan oleh Biro Pusat Statistik, tahun 2007. Klasifikasi berdasarkan *International Standart Industrial Classification* (ISIC) yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia dengan nama Klasifikasi Lapangan Usaha Industri/KLUI (BPS, 2007). Penggolongan skala perusahaan dibagi dalam empat golongan yaitu 1) besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih, 2) sedang, dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang, 3) kecil, dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang, dan 4) rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang. Berdasar kriterian tersebut, sampel yang dipilih adalah perusahaan manufaktur dengan 100 lebih karyawan atau tenaga kerja tetap. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple *random sampling* (pengambilan sampel acak sederhana). Teknk ini digunakan dengan tujuan meminimalkan bias yang terjadi akibat pemilihan sampel dan untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian. Data dalam studi ini diperoleh dengan mengirimkan kuesioner yang sudah terstuktur kepada pimpinan perusahaan

manufaktur skala kecil dan menengah di Indonesia.

Teknik Pengumpulan Data

Studi pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner *(mailed questionnaires)* pada perusahaan-perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah di Indonesia yang ditujukan kepada pimpinan perusahaan sebagai *target subject.* Pendistribusian kuesioner dilakukan selama satu bulan dengan batas pengembalian selama empat minggu. Untuk meningkatkan tingkat pengembalian kuesioner peneliti mencoba mengikuti saran yang diajukan oleh Issac dan Michael (1990) yaitu dengan sistem bebas perangko balasan dan pengiriman surat susulan pada responden .

Variabel dan Pengukuran

Tingkat dinamisme lingkungan diukur menggunakan skala Likert tujuh poin dengan nilai terendah 1 (sangat lambat) dan nilai tertinggi 7 (sangat cepat). Skor numerik yang lebih tinggi mengindikasikan penekanan yang lebih besar dan diukur dengan skala Likert tujuh poin dengan nilai terendah 1 (sangat tidak penting) dan nilai tertinggi 7 (sangat penting). Untuk mengukur tingkat penekanan aktivitas dalam strategi manufaktur digunakan skala Likert tujuh poin dengan nilai terendah 1 (sangat tidak ditekankan) dan nilai tertinggi 7 (sangat ditekankan). Kinerja bisnis dilihat dengan menggunakan dua ukuran yaitu kinerja financial, seperti ROI (return on investment) dan ROS (Return on Sales) dan kinerja manufaktur yang terkait dengan posisi bisnis unit dibandingkan dengan kompetitornya. Untuk mengukur tingkat kinerja bisnis perusahaan dibandingkan pesaingnya digunakan skala Likert tujuh poin dengan nilai terendah 1 (sangat rendah) dan nilai tertinggi 7 (sangat tinggi).

ANALISIS DATA

Tingkat Pengembalian

Perusahaan yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak delapan puluh delapan yang semuanya adalah perusahaan manufaktur dengan skala kecil dan menengah menurut kriteria yang digunakan untuk penelitian ini. Delapan puluh delapan perusahaan yang berpartisipasasi dalam penelitian ini adalah sampel terpilih dan memberikan respon lengkap untuk data yang diperlukan. Jumlah keseluruhan kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 500 kuesioner yang ditujukan pada perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah. Sembilan perusahaan yang menjadi target penelitian ini memberikan informasi yang tidak lengkap sehingga tidak dapat diikutsertakan dalam analisis data, enam perusahaan kembali dengan alasan alamat tidak dikenal atau pindah alamat.

Karakteristik Responden

Profil perusahaan yang berpartisipasi dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan bidang usaha, lama perusahaan beroperasi, asset yang dimiliki, dan kinerja secara umum yang dicapai selama 3 tahun terakhir. Dari delapan puluh delapan

perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini sebagaian besar perusahaan telah beroperasi selama 2-10 tahun dengan prosentase sebanyak 35.23%, sebanyak 26.13 % bergerak di industri kimia, minyak, batubara, karet, dan plastik, dan sebagian besar perusahaan memiliki tenaga kerja sebesar 101-150 tenaga kerja dengan prosentase 14.77%

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menghitung Chronbach's alpha dengan rule of thumbs instrumen dianggap mempunyai reliabilitas yang tinggi apabila nilai Chronbach's Alpha lebih tinggi dari 0.6 (Nunnaly, 1978). Di samping itu juga dilakukan pengujian tambahan dengan melihat instrumen reliabilitas instrumen dengan menghitung keofisien homegenitas. Koefisien homogenitas adalah korelasi antara item-item individual dengan skor total dari semua item. Semakin tinggi koefisien semakin andal instumen tersebut. Jika korelasi antara item individual dengan skor totalnya tidak signifikan maka item tersebut tidak valid. Tabel 3 – 6 menyajikan rangkuman uji reliabilitas dan validitas instrument. Hasil studi ini menunjukkan reliabilitas instrument yang tinggi.

Hasil pengujian validitas untuk ketidakpastian lingkungan menunjukkan nilai faktor loading antara 0.630 – 0.839 sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya. Untuk variabel strategi kompetitif yang terdiri atas 11 item pertanyaan yaitu 6 item pertanyaan tentang strategi kepemimpinan biaya dan 5 item pertanyaan tentang strategi diferensiasi menunjukkan bahwa nilai faktor loading untuk kepemimpinan biaya antara 0.614-0.795 dan strategi diferensiasi antara 0.710-0.822. Terdapat satu item pertanyaan yang harus dikeluarkan dari analisis karena mengelompok pada komponen lain yaitu kepemimpinan biaya sehingga dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam analisis selanjutnya

Tabel 3. Uji Validitas Ketidakpastian Lingkungan

KMO and Bartlett's Test	Item Pertanyaan	Faktor Loading
0.706	ED1	,758
	ED2	,695
	ED3	,630
	ED4	,839

.Ket: ED = Ketidakpastian Lingkungan

Tabel 4. Uji Validitas Strategi Kompetitif

KMO and Bartlett's Test	Item Pertanyaan	Faktor Loading	
		Component 1	Component 2
0.788	CS1	,675	
	CS2	,733	
	CS3	,614	
	CS4	,772	
	CS5	,795	
	CS6	,767	
	DS1		,710
	DS2		,822
	DS3		,812
	DS4		,804

Ket: CS = Cost Leadership Strategy; DS = Differentiation Strate

Tabel 5. Uji Validitas Strategi Manufaktur

KMO and Bartlett's Test	Item Pertanyaan	Faktor Loading			
		Component 1	Component 2	Component 3	Component 4
0.745	F1				,831
	F2				,824
	F3				,835
	K1	,860			
	K2	,710			
	K3	,758			
	K4	,710			
	P1		,761		
	P2		,638		
	P3		,561		
	B3			,897	
	B4			,834	

Hasil pengujian validitas untuk variabel strategi manufaktur (Tabel 5) menunjukkan strategi manufaktur meliputi empat dimensi strategi yaitu fleksibilitas dengan nilai faktor loading (0.824-0.835), kualitas dengan nilai faktor loading antara (0.710-0.860), pengiriman dengan nilai faktor loading antara (0.561-0.761), dan biaya dengan faktor loading (0.834-0.897). Terdapat tiga item pertanyaan yang dibuang yaitu F4 dengan nilai faktor loading 0.641 tetapi mengelompok pada dimensi kualitas dan item B1 dan B2 dengan nilai faktor loading 0.635 dan 0.757 tetapi mengelompok pada item pengiriman. Tabel 6. menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang merepresentasikan kinerja perusahaan valid dengan faktor loading 0.521-0.926. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan dalam tabel 7 dengan nilai Cronbach Alpha sesuai denganyang tercantum dalam tabel.

Tabel 6. Uji Validitas Kinerja Perusahaan

KMO and Bartlett's Test	Item Pertanyaan	Faktor Loading
0.688	Prod	,710
	ROI	,920
	ROA	,672
	ROS	,768
	MS	,521

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Ketidakpastian lingkungan	0.706
Cost Strategy	0.849
Differential Strategy	0.825
Fleksibilitas	0.790
Kualitas	0.856
Pengiriman	0.707
Biaya	0.898
Kinerja Perusahaan	0.769

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menunjukkan rerata jawaban responden terhadap tiap-tiap varibel dan dimensi yang akan di uji dalam penelitian ini meliputi ketidakpastian lingkungan, strategi kompetitif, strategi manufaktur, dan kinerja perusahaan. Tabel 8 hingga 15 menunjukkan rerata jawaban reponden, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi masing-masing pengukuran.

Tabel 8. Statistik Deskriptif Untuk Ketidakpastian Lingkungan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ED1	88	1,00	5,00	3,6477	,97131
ED2	88	1,00	5,00	3,4773	1,13439
ED3	88	1,00	5,00	3,7045	1,11581
ED4	88	1,00	5,00	3,8864	1,03315
Valid N (listwise)	88				

Tabel 9. Statistik Deskriptif Untuk *Cost Strategy*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CS1	88	1,00	5,00	3,3864	,88968
CS2	88	1,00	5,00	3,5227	,85739
CS3	88	1,00	5,00	3,4545	,84294
CS4	88	1,00	5,00	3,0341	1,06619
CS5	88	2,00	5,00	3,8523	,83789
CS6	88	2,00	5,00	3,6591	,82888
Valid N (listwise)	88				

Tabel 10. Statistik Deskriptif Untuk *Differentiation Strategy*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DS1	88	1,00	5,00	3,1136	1,08735
DS2	88	1,00	5,00	3,3182	,96544
DS3	88	1,00	5,00	3,3864	,95209
DS4	88	1,00	5,00	3,1591	1,01581
Valid N (listwise)	88				

Tabel 11. Statistik Deskriptif Untuk Fleksibilitas

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
F1	88	3,00	5,00	4,2841	,64235
F2	88	2,00	5,00	4,0795	,88696
F3	88	2,00	5,00	3,9773	,75775
Valid N (listwise)	88				

Tabel 12. Statistik Deskriptif Untuk Kualitas

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K1	88	2,00	5,00	3,8750	,72417
K2	88	2,00	5,00	4,0682	,78485
K3	88	1,00	5,00	3,7159	1,19336
K4	88	1,00	5,00	3,5000	1,20344
Valid N (listwise)	88				

Tabel 13. Statistik Deskriptif Untuk Pengiriman

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1	88	1,00	5,00	3,7045	,89903
P2	88	2,00	5,00	3,6250	,77774
P3	88	2,00	5,00	3,6023	,87808
Valid N (listwise)	88				

Tabel 14. Statistik Deskriptif Untuk Biaya

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
B3	88	2,00	5,00	3,6818	,76632
B4	88	2,00	5,00	3,6818	,81007
Valid N (listwise)	88				

Tabel 15. Statistik Deskriptif Untuk Kinerja

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Prod	88	2,00	5,00	3,3750	,64883
Roi	88	1,00	5,00	3,0909	,78252
Roa	88	1,00	5,00	3,1591	,70932
Ros	88	2,00	5,00	3,3182	,70377
Ms	88	1,00	5,00	3,2614	,76556
Valid N (listwise)	88				

Hasil Pengujian Hipotesis

Multivariate multiple regression analysis (MMRA) digunakan untuk model penelitian dan hasil pengujian model dirangkum dalam Tabel 16 - Tabel 20 yang membahas hasil pengujian hipotesis 1, hipotesis 2, hipotesis 3, hipotesis 4, dan hipotesis 5.

Tabel 16. Hasil Pengujian Hipotesis 1a

Dependent Variable	Parameter	B	Std. Error	T	Sig.
Meancs	Intercept	3,632	,351	10,356	,000
	meaned	-,040	,093	-,428	,670
Meands	Intercept	3,229	,425	7,595	,000
	meaned	,004	,113	,036	,971

Hipotesis 1a menguji pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap strategi kompetitif, berdasarkan data pada Tabel 16, diperoleh hasil bahwa ketidakpastian lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan strategi kompetitif, secara partial ketidakpastian lingkungan juga tidak mempengaruhi pilihan strategi biaya dan strategi diferensiasi. Kondisi ini sesuai dengan kondisi riil usaha kecil dan menengah di Indonesia bahwa perusahaan skala kecil dan menengah tidak memperhatikan pengaruh lingkungan eksternal dalam menetapkan strategi bersaing perusahaan tetapi lebih memfokuskan pada pengaruh internal perusahaan seperti sumber daya tenaga kerja, material, dan aset fisik lainnya. Dengan perkataan lain strategi scanning environment yang biasa dilakukan oleh perusahaan besar tidak dilakukan oleh perusahaan kecil sehingga lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi kompetitif.

Tabel 17. Hasil Pengujian Hipotesis 1b

Dependent Variable	Parameter	B	Std. Error	t	Sig.
Meanf	Intercept	4,179	,377	11,093	,000
	meancs	-,248	,108	-2,299	,024
	meands	,246	,089	2,763	,007
Meank	Intercept	1,868	,468	3,995	,000
	meancs	,493	,134	3,685	,000
	meands	,063	,110	,572	,569
Meanp	Intercept	3,006	,411	7,314	,000
	meancs	,132	,117	1,127	,263
	meands	,054	,097	,560	,577
Meanb	Intercept	2,668	,435	6,133	,000
	meancs	,412	,124	3,313	,001
	meands	-,130	,103	-1,265	,209

Hipotesis 1b yang menguji pengaruh strategi kompetitif terhadap strategi manufaktur didukung. Secara parsial pengaruh masing-masing pilihan strategi kompetitif terhdap masing-masing pilihan strategi manufaktur ditunjukkan dalam Tabel 17. Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik strategi kepemimpinan biaya maupun differensiasi memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi fleksibilitas yang ditunjukkan dengan nilai t pada level kepercayaan 5% sebesar 0.024 dan 0.007. Hasil pengujian dengan variabel dependen kualitas menunjukkan kepemimpinan biaya memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas tetapi strategi diferensiasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas. Hal ini dapat dijelaskan bahwa sebagian besar perusahaan kecil dan menengah di Indonesia masih memfokuskan pada strategi kepemimpinan biaya dan bukan pada strategi diferensiasi karena penerapan strategi diferensiasi membutuhkan modal yang besar yang merupakan kendala utama perusahaan dengan skala industri kecil dan menengah.

Pilihan strategi kompetitif baik kepemimpinan biaya maupun diferensiasi tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap strategi pengiriman. Hal ini di karenakan kecepatan pengiriman yang diproksikan dalam ketepatan waktu pengiriman mungkin belum menjadi prioritas bagi perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah. Pilihan strategi manufaktur yang memfokuskan pada biaya dipengaruhi secara signifikan oleh strategi kepemimpinan biaya tetapi tidak oleh strategi diferensiasi hal ini telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya karena fokus utama perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah adalah pada biaya dan bukan diferensiasi.

Tabel 18. Hasil Pengujian Hipotesis 1c

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,840	,469		6,052	,000
	meanf	,048	,089	,059	,532	,596
	meank	-,102	,083	-,165	-1,233	,221
	meanp	,031	,094	,040	,326	,745
	meanb	,131	,087	,188	1,506	,136

a Dependent Variable: meankin

Hipotesis 1c menguji pengaruh strategi manufaktur terhadap kinerja perusahaan. Hasil regresi dengan kinerja finansial sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa strategi manufaktur tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial baik secara parsial maupun secara simultan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa menerapan strategi manufaktur dalam bentuk apapun tidak dapat secara langsung memperbaiki profitabilitas. Namun strategi ini akan memperbaiki kinerja operasional terlebih dulu, dan perwujutan ke arah perbaikan finansial memerlukan waktu.

Tabel 19. Hasil Pengujian Hipotesis 2

Dependent Variable	Parameter	B	Std. Error	T	Sig.
Meanf	Intercept	4,449	,335	13,299	,000
	meaned	-,091	,089	-1,025	,308
Meank	Intercept	3,549	,437	8,121	,000
	meaned	,065	,116	,563	,575
Meanp	Intercept	3,870	,353	10,970	,000
	meaned	-,061	,094	-,655	,514
Meanb	Intercept	3,786	,392	9,663	,000
	meaned	-,028	,104	-,272	,786

Berdasarkan Tabel 18 hasil studi menunjukkan menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap strategi fleksibilitas dengan cost leadership sebagai variabel terikat, sehingga ketidakpastian lingkungan bisnis sama sekali tidak berdampak pada pilihan perusahaan untuk strategi fleksibilitas. Hasil studi juga menunukkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap strategi kualitasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan ketidakpastian lingkungan bisnis sama sekali tidak berdampak pada pilihan perusahaan untuk melakukan strategi fleksibilitas.

Hasil pengujian dengan variabel pengiriman sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap strategi penghantaran, sehingga dapat disimpulkan pada perusahaan skala kecil dan menengah ketidakpastian lingkungan bisnis sama sekali tidak berdampak pada pilihan perusahaan untuk melakukan strategi penghantaran yang handal. Baik secara parsial maupun uji fit modelnya tidak signifikan. Hasil regresi dengan metode GLM dengan strategi biaya sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap strategi biaya dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis sama sekali tidak berdampak pada pilihan perusahaan untuk melakukan strategi biaya. Baik secara parsial maupun uji fit modelnya tidak signifikan. Dari keempat model yang telah diuji tersebut disimpulkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis tidak mempegaruhi strategi manufaktur perusahaan. Dengan demikian hipotesis 2 penelitian ini tidak didukung.

Tabel 20. Hasil Pengujian Hipotesis 3

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,983	,290		6,850	,000
	meancs	,274	,083	,353	3,306	,001
	meands	,094	,068	,146	1,372	,174

Hipotesis ke tiga menguji pengaruh strategi kompetitif terhadap kinerja perusahaan. Hasil regresi dengan kinerja finansial sebagai variabel terikat pada Tabel 20. menunjukkan bahwa strategi kompetitif secara simultan berpengaruh terhadap kinerja finansial, secara parsial cost leadership mempengaruhi kinerja finansial tetapi deferensiasi tidak mempengaruhi kinerja finansial.

PENUTUP

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa hal yang bisa digaris bawahi: 1) Ketidakpastian lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan strategi kompetitif, secara partial ketidakpastian lingkungan juga tidak mempengaruhi pilihan strategi biaya dan strategi diferensiasi, 2) Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik strategi kepemimpinan biaya maupun differensiasi memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi fleksibilitas. Hasil pengujian dengan variabel dependen kualitas menunjukkan kepemimpinan biaya memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas tetapi strategi diferensiasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas. Pilihan strategi kompetitif baik kepemimpinan biaya maupun diferensiasi tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap strategi pengiriman. 3) Pilihan strategi manufaktur yang memfokuskan pada biaya dipengaruhi secara signifikan oleh strategi kepemimpinan biaya tetapi tidak oleh strategi diferensiasi hal ini telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya karena fokus utama perusahaan manufaktur skala kecil dan menengah adalah pada biaya dan bukan diferensiasi.

1. Ketidakpastian lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap strategi fleksibilitas dengan cost leadership sebagai variabel terikat, ketidakpastian lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap strategi kualitasi, strategi pengiriman, dan biaya. Dari keempat model yang telah diuji tersebut disimpulkan bahwa ketidakpastian lingkungan bisnis tidak mempegaruhi strategi manufaktur perusahaan.

2. Strategi kompetitif secara simultan berpengaruh terhadap kinerja finansial, secara parsial cost leadership mempengaruhi kinerja finansial tetapi deferensiasi tidak mempengaruhi kinerja finansial.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan bias dan ketidaktepatan hasil penelitian, meliputi: 1) Jumlah perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini relatif sedikit dibandingkan dengan

populasi UKM yang ada di Indonesia, sehingga model dan hasil belum dapat digeneralisasi, 2) Jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti menggunakan persepsi CEO dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner, sehingga menimbulkan terjadinya *common method bias* yang diakibatkan oleh tidak terditeksinya masalah terkait dengan apakah bidang-bidang yang terkait langsung dengan implementasi strategi inovasi memiliki persepsi yang sama terhadap strategi inovasi yang dilakukan perusahaan, 3) Penelitian ini juga hanya memfokuskan pada pengaruh ketidakpastian lingkungan bisnis belum mencakup heteregonitas dan hostility lingkungan bisnis, 4) Penelitian juga hanya mempertimbangkan dua strategi kompetitif yaitu cost leadership dan deferensiasi dan belum memasukkan pilihan strategi fokus.

Penelitian yang akan datang perlu dipertimbangkan variable lain yang mempengaruhi hubungan strategi kompetitif, strategi manufaktur dengan kinerja, seperti mengkaitkan dengan teknologi. Hasil penelitia ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu: 1) Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengimplementa-sikan strategi kompetitif dan strategi manufaktur untuk meningkatkan kinerja, 2) Memberikan arahan bagi manajer untuk memilih strategi inovasi yang tepat yang sesuai dengan tujuan perusahaan, 3) Memberikan kontribusi terhadap akademisi maupun praktisi terutama dalam mengembangkan literatur manajemen produksi operasi serta manajemen strategik pada umumnya.

REFERENSI

Anderson, J.C., Cleveland, G., Schroeder, R.G., 1989. Operation Strategy: A Literature Review, *Journal of Operation Management*, 8 (2), 133-158.

Collins, R.S., Cordon, C., Julien, D., 1998. An Empirical Test of The Rigid Flexibility Model, *Journal of Operation Management*, 16, 133-146.

Dess, G.G., Davis, P.S., 1984. Porter's Generic Strategies as Determinant of Strategic Group Membership and Organizational Performance, *Academy of Management Journal*. 27 (3), 467-488.

Doty, D.H., Glick, W.H., Huber, G.P., 1993. Multidimensional Fit, Equifinality, and Organizational Effectiveness: A test of Two Configurational Theories, *Academy of Management Journal*, 36 (6), 1196-1250.

Ferdows, K., DeMeyer, A., 1990. Lasting Improvement in Manufacturing Performance: in Search of a New Theory, *Journal of Operations Mangement* 9 (2), 168-184.

Flynn, B.B, Schroeder, R., Sakakibara, S., 1995. The Impact of Quality Management Practices on Performance and Competitive Advantage. *Decision Science*, 26 (5), 659-691.

Garvin, D.A., 1987. Competing on The Eight Dimensionof Quality. *Harvard Business Review*, 65 (6), 101-109.

Gerwin, D., 1993. Manufacturing Flexibility: A Strategic Perspective. *Managemen Science*, 39, 395-410.

Gupta, Y.P., Lonial, S.C., 1998. Exploring Linkage Between Manufacturing Strategy, Business Strategy, and Organizational Startegy. *Production and Operation Management*, 7 (3), 243-264.

Hair, J.F., Anderson, R.L., Tatham, dan W.C., Black, 1988. *Multivariate Data Analysis*, 5th ed., Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall, Inch.

Hambrick, D.C., 1984. Taxonomic Approach To Studying Strategy. *Journal Of Management*, 10, 27-41.

Hatten, K., Schendel, D., Cooper, A., 1978. A Strategic Model of The US Brewing Industry: 1952-1971. *Academy of Management Journal*, 21, 592-610.

Hayashi Mitsuhiro. Indonesia. Structural Change and Import Dependency. JICA. June.20. 1996.

Hayes, R.H., Wheelwright, S.C., 1984. *Restoring Our Competitive Edge: Competing Through Manufacturing*. Wiley, New York

Hofer, C.W., 1975. Toward A Contigency Theory of Business Strategy. *Academy of Mangement Journal*, 18, 784-810.

Keats, B.W., Hitt, M.A., 1988. A Causal Model of Linkage Among Environmental Dimension, Macro organizational Characteristic and Performance. *Academy of Management Journal*, 31 (3), 570-598.

Kim, L., Lim, Y., 1988. Environment, Generic Strategies, and Performance in A Rapidly Developing Location: A Taxonomic Approach. *Academy Of Mangement Journal*, 31 (4), 802-827

Kotha, S., Vadlamani, B.L., 1995. Assesing Generic Strategies: An Empirical Investigation of Two Competing Typologies in Discrete Manufacturing Industries. *Strategic management Journal*, 16, 75-83.

Miller, D., 1987. The Structural and Environmental Correlates of Business Strategy. *Strategic management Journal*, 8 (1), 55-76.

Miller, D., Friesen, P.H., 1983. Strategy Making and Environment: The third Link. *Strategic Management Journal*, 4 (3), 221-235.

Miller, J.G., Roth, A.V., 1994. A Taxonomy of Manufacturing Strategies. *Management Science*, 40 (3), 285-304.

Mintzberg, H., 1978. Pattern in Strategy Formulation. *Management Science*, 24 (9), 934-948

Noble, M.A., 1995. Manufacturing Strategy: Testing The Cumulative Model in A Multiple Country Context. *Decision Science* 26 (5), 693-720.

Porter, M. 1980. *Competitive Advantage Creating And Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press.

Schoemaker, P.J.H. 1992. How To Link Strategic Vission to Core Capabilities, *Sloan Management Review*. Fale, p.67-81.

Skinner, W., 1969. Manufacturing-Missing Link in Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, 47 (3), 136-145.

Swamidass, P.M., Newell, W.T., 1987. Manufacturing Strategy, Environmental Uncertainty and Performance: A Path Analytic Model. *Management Science*, 33 (4), 509-524.

Swink, M., Way, M.H., 1995. Manufacturing Strategy: Propositions, Current Reseach, renewed Directions. *International*

Journal of Operation and Production Mangement, 15 (7), 4-26.
Timer, M.P., 1999. Indonesia Ascent On Technology Ladder, Capital Stock and Total Productivity in Indonesia Manufacturing 1975-1995. *Bulletin of Indonesian Economic Studies* Vol 35, No.1. April 1999.
Van Dierdonck, R Miller, J.G., 1980. Designing Production Planning and Control System. *Journal of Operation Management*, 1 (1), 37-46.
Vickery, S.K., Droge, C., Markland, R.R., 1993. Produstion Competence and Business Strategy: Do They Effect Business Performance: An Empirical Study of Singapore Manufacturers, *Journal of Operation Management*, 13 (2), 99-115.
Ward, P.T., Bickford, D.J., Leong, G.K., 1995. Business Environment, Operation Strategy, and Performance: An Empirical Study of Singapore Manufacturers, *Journal of Operation Management* 13, 2, 99-155.
Ward, P.T., Duray, R., 2000. Manufacturing Strategy in Context: Environment, Competitive Strategy, and Manufacturing Strategy. *Journal of Operation Management* 18, 123-138.
Wheelwright, S.C., 1984. Manufacturing Strategy: Defining the Missing Link. *Strategic Management Journal*, 5 (1), 77-87.
Williams, F.F., D'Souza, D.E., Rosenfeldt, M.E., Kassaee, M., 1995. Manufacturing Strategy, Business Strategy and Firm Performance in A Mature Industry, *Journal of Operations Management*, 13, 19-33.

SOCIAL PROBLEM THROUGH SUSTAINABLE VALUE CREATION IN INDONESIA

Maria Mia Kristanti[1)]
E-mail : miagnews@gmail.com
[1)]Widya Mandala Catholic University, Surabaya

ABSTRACT

Sustainable value creation is rare. Competitive forces, including innovation, drive returns toward the cost of capital. Organization should be careful about how much they pay for future value creation. Warren Buffett consistently emphasizes that he wants to buy businesses with prospects for sustainable value creation.

A clear understanding of how a company creates shareholder value is core to understanding sustainable value creation in Indonesia, which has minor priority in people-based economy, which should be emphasized on small-medium size organizations. Three broad sources of sustainable value creation is: production advantages, consumer advantages, and external advantages. Sustainable value creation has two dimensions: (1) the magnitude of returns in excess of the cost of capital that a company can generate. Magnitude considers not only the return on investment but also how much a company can invest at an above-cost-of-capital rate. Corporate growth only creates value when a company generates returns on investment that exceed the cost of capital; and (2) the second dimension is how long a company can earn returns in excess of the cost of capital. This concept is also known as sustainable competitive advantage period (SCAP).

Keywords: *Sustainable Value Creation, People-Based Economy, Sustainable Competitive Advantage Period (SCAP).*

ABSTRAKSI

Penciptaan Nilai yang Berkelanjutan sangatlah jarang di pikirkan dan di ciptakan. Namun dengan tekanan persaingan, inovasi pun akan mengkikis biaya modal. Oleh karena itu, organisasi harus berhati-hati dalam penciptaan nilai di masa mendatang. Kesuksesan berkelanjutan yang di miliki Warren Buffet di tengarai berasal dari kejeliannya dalam memilih bisnis denga prospek terbaik dalam hal penciptaan nilai.

Inti konsep Penciptaan Nilai yang Berkelanjutan terletak pada penciptaan nilai bagi *shareholder*. Hal ini berlaku untuk sistem ekonomi di Indonesia yang masih menomorduakan ekonomi rakyat, yang seharusnya berbasis pada organisasi berukuran menengah. Sumber Penciptaan Nilai Berkelanjutan adalah: keunggulan

produksi, konsumen, dan relasi eksternal. Penciptaan Nilai ini memiliki dua dimensi: (1) tingkat pengembalian yang lebih besar dari biaya modal. Daya tarik ini tidak selalu berkaitan dengan ROI, namun cara investasi perusahaan sesuai biaya modalnya. Perusahaan hanya dapat berkembang, jika menghasilkan ROI lebih besar dari biaya modal, dan (2) dimensi kedua adalah seberapa lama perusahaan mampu menghasilkan pengembalian berlebih dari biaya modalnya. Konsep penting dalam Penciptaan Nilai ini disebut sebagai Periode Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. Selain itu Keunggulan Bersaing Berkelanjutan juga memerlukan dukungan dari Keunggulan Pemasaran yang Berkelanjutan, yang dapat membawa UKM pada Keunggulan Global Berkelanjutan.

Kata Kunci: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Penciptaan Nilai Berkelanjutan, Periode Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Keunggulan Pemasaran Berkelanjutan, Keunggulan Global Berkelajutan.

PENDAHULUAN

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan di masa mendatang semakin berkembang dengan keluasan dan keunikan peluang bisnis yang memadukan kepentingan bisnis dan masyarakat luas. Strategi ini memerlukan langkah yang tidak biasa, dengan memprediksikan kondis bisnis satu dekade ke depan, yang menuntut perusahaan untuk mampu menggambarkan perubahan dan pergeseran interaksi bisnis dan masyarakat luas. Dalam lingkungan demografi, persaingan, tehnologi, dan politik secara global, Mc Kinsey's (Mc Kinsey's, 2010) mengemukakan tentang lima tren yang sangat berpengaruh terhadap transformasi bisnis pada dekade mendatang, yaitu:

1. *Great Rebalancing*
2. *Productivity Imperative*
3. *Pricing World*
4. *Market State*

Kelima tren ini di ikuti dengan dua ketidakpastian, yaitu:

1. Harapan masyarakat luas untuk meraih peluang bisnis lintas geografis
2. Kemauan korporasi dalam mengambil peran untuk mengatasi masalah sosial

Tantangan tersebut memerlukan strategi yang dapat membawa perusahaan pada keunggulan bersaing yang berkelanjutan di lingkungan bisnis dan masyarakat yang mengandung kepastian dan ketidakpastian, dimana perusahaan di tuntut untuk mampu berperan memimpin masyarakat luas keluar dari masalah sosial sekaligus menajamkan kapabilitasnya untuk menghasilkan profit di atas rata-rata pesaing. Mc Kinsey's (Mc Kinsey's, 2010) mengekslporasikan empat strategi yang di tujukan untuk hal ini, yaitu:

1. *Sustainable value creation*
2. *Dual capitalism*
3. *Dangerous mismatch*
4. *Vicious circle*

Argumentasi tersebut di atas melandasi tujuan penelitian ini di lakukan, yang menganalisa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Sustainable Competitive Advantages* berpengaruh terhadap *Sustainable Value Creation*?
2. Apakah *Sustainable Competitive Advantages* berpengaruh

terhadap *Sustainable Competitive Period*?

3. Apakah *Sustainable Competitive Advantages* berpengaruh terhadap *Sustainable Marketing Advantages*?

4. Apakah *Sustainable Value Creation* berpengaruh terhadap *Sustainable Global Advantages* untuk perusahaan UKM di Indonesia?

5. Apakah *Sustainable Competitive Period* berpengaruh terhadap *Sustainable Global Advantage* untuk perusahaan UKM di Indonesia?

6. Apakah *Sustainable Marketing Advantages* berpengaruh terhadap *Sustainable Global Advantage* untuk perusahaan UKM di Indonesia?

I. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1. Transformasi Tren Bisnis Global

Riset global yang di lakukan oleh McKinsey's mengindikasikan bahwa, terdapat lima transformasi tren gobal yang membentuk keseimbangan lingkungan bisnis dan dampaknya terhadap pengentasan masalah sosial dari perspektif *small-medium size organization* di Negara berkembang seperti yang di illustrasikan pada lampiran 1, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Great Rebalancing*

Kemajuan pesat ekonomi Negara Cina, India, Malaisya, Thailand dan Negara berkembang yang lain telah memberikan kontribusi 55% GDP ekonomi global. Selain itu, jumlah perusahaan yang terhitung sebagai *Fortune Global 500* dari Negara dengan ekonomi yang semakin berkembang juga meningkat dua kali lebih besar dari 27 di tahun 2005 menjadi 58 di tahun 2009. Di kemukakan lebih lanjut bahwa, kebangkitan ekonomi Negara-negara menciptakan *leap frog* potensial dalam bidang teknologi. Hal ini berdampak terhadap pergeseran ekonomi dan daya saing Negara

Barat dan Timur, dimana perusahaan korporasi besar yang mendominasi pangsa pasar dunia akan bersaing dengan perusahaan-perusahaan dari Negara-negara tersebut.

2. *Productivity Imperative*

Kelangkaan tenaga kerja berbakat di Negara berkembang telah menimbulkan migrasi tenaga kerja ke Negara dengan *income* yang lebih tinggi. Di sisi lain, populasi usia produktif di Negara tersebut menyebabkan produktifitas ekonomi Negara mayoritas bergantung pada tenaga kerja. Pada dekade berikutnya, kondisi ini akan berbalik menjadi penyusutan lapangan pekerjaan, yang menyebabkan banyak tenaga kerja membuka lapangan pekerjaan untuk menjadi pengusaha mulai dari skala kecil hingga besar.

3. *Global Grid*

Integrasi global dalam hal perdagangan, modal, dan tehnologi menyebabkan keharusan perusahaan-perusahaan untuk mulai mengembangkan bisnis pada skala internasional. Hal ini bukan berkaitan dengan keharusan untuk 'bermain' di pasar global, namun dengan disain bisnis yang sudah harus di tata untuk mampu bersaing dengan produk global. Lebih jauh lagi, perusahaan-perusahaan baru ini juga perlu menjajaki kemungkinan untuk bekerjasama

dengan perusahaan-perusahaan global di sepanjang *supply-chain*.

4. *Pricing World*

Kelangkaan sumberdaya alam dunia pada masa yang akan datang akan di hadapkan pada meningkatnya permintaan produk. Kenaikan permintaan baik di Negara berkembang dan Negara maju ini membatasi suplai global bahan mentah seperti minyak, logam, kayu, dan lahan. Peningkatan penggunaan sumber daya alam namun di ikuti dengan semakin menipisnya sumber daya tersebut, akan berdampak pada efisiensi bisnis. Demikian pula halnya, dengan air, yang membuat banyak Negara kurang dapat mencukupi kebutuhan air untuk warga negaranya, pertanian, dan sektor bisnis. Hal ini menyebabkan lonjakan harga sumber daya alam tersebut.

5. *Market State*

Pengeluaran pemerintah yang di ambil dari prosentase GDP, mengalami peningkatan yang menyebabkan pemerintah bekerja keras membuka bisnis baru dan mendukung bisnis lama. Kondisi ini juga menyebabkan pemerintah memunculkan banyak peraturan agar hanya bisnis dengan prospek terbaik yang semakin berkembang. Selain itu, pemerintah juga banyak memberikan dukungannya pada industri dengan daya saing global, agar mempercepat pertumbuhan ekonomi, dan memastikan ekonomi negaranya bangkit dari krisis. Tren ini mengubah cara berbisnis perusahaan baik di dalam mapun di luar Negaranya.

2.2. Dua Ketidakpastian Utama

Di samping kepastian relatif dari kelima tren di atas, terdapat dua ketidakpastian yang akan mendikte iklim bisnis dan dampaknya pada masyarakat luas seperti illutrasi pada lampiran 3, yang dapat di uraikan sebagai berikut:

1. *Level and Consistency of Societal Expectations*

Harapan masyarakat luas terhadap bisnis di picu oleh kombinasi beberapa faktor seperti aturan pemerintah, tekanan persaingan dengan Negara tetangga, permintaan konsumen, dan tingkat kepercayaan pada bisnis. Harapan tersebut bervariasi dari keyakinan bahwa perusahaan harus menghindari dampak sosial negatif dan dampak lingkungan, hingga permintaan agar perusahaan meyelesaikan isu sosial yang lebih luas. Kepercayaan masyarakat yang rendah menciptakan dilema bagi perusahaan, sementara di sisi lain dengan semakin membaiknya kondisi sosial ekonomi maka harapan masyarakat juga semakin tinggi. Tingkat keunggulan ekonomi yang semakin tinggi, membuat perusahaan harus semakin fokus pada isu sosial. Dengan demikian, agar perusahaan sukses di pasar, maka perusahaan harus memposisikan dirinya sebagai pihak yang berpengaruh dalam menyelesaikan isu sosial.

2. *Leadership Role of Corporations*

Korporasi mempunyai tanggungjawab yang menjamin tingkat ROI tertinggi pada investornya. Jika isu sosial dapat berfungsi demikian, maka perusahaan perlu mengambil peran untuk terlibat sebagai *problem solver* dalam isu sosial. Jika sebaliknya, maka perusahaan akan di hadapkan pada posisi yang sulit. Untuk itu, perusahaan perlu selalu mengintegrasikan nilai-nilai sosial pada strategi bisnisnya.

1.3. Impikasi Dampak Bisnis terhadap Masalah Sosial

Empat skenario pada lampiran 2 memberikan jawaban terhadap apa yang seharusnya di lakukan perusahaan dalam menghadapi kelima hal yang pasti dan kedua ketidakpastian yang di paparkan di atas, yaitu:.

1.*Sustainable Value Creation*

Konsep ini di perlukan jika harapan masyarakat berkembang dengan konsisten secara global, dan kepercayaan konsumen terhadap motif bisnis semakin tinggi. Di sisi lain hal ini di ikuti dengan semakin proaktifnya perusahaan terlibat dalam isu sosial, yang akhirnya menimbulkan *win-win situation*. Kolaborasi korporasi dengan Negara tetangga, pemerintah, dan anggota masyarakat, termasuk pesaing untuk berinvestasi dengan strategis dalam pengembangan produk , jasa, dan program sosial. Dengan demikian, berbagai masalah sosial seperti kelangkaan tenaga kerja berbakat dan sumberdaya alam di ubah menjadi peluang. Hal ini juga membawa dampak perbaikan isu sosial antara perusahaan dan masyarakat, serta kondisi ekonomi melalui *continuous innovation*.

2.*Dual Capitalism*

Jika perusahaan berperan dalam pengentasan isu sosial, sementara harapan dan tingkat kepercayaan dalam kondisi stagnan dan tidak konsisten, maka situasi ini di sebut sebagai *dual capitalism.* Seperti yang di illustrasikan pada lampiran 2, di mana perusahaan menjalankan perannya dalam mengatasi isu sosial, namun hal ini tidak memberikan *benefit* pada pemerintah maupun mitranya. Harapan masyarakat yang stagnan di sebabkan karena perbedaan standar aturan bisnis umumnya dan aturan perusahaan. Aturan bisnis perusahaan yang tidak standar ini, menimbulkan kesenjangan kualitas dan konsistensi perusahaan dalam menghadapi isu sosial.

3.*Dangerous Mismatch*.

Jika harapan sosial masyarakat luas terhadap bisnis berkembang, sementara perusahaan bersikap reaktif daripada proaktif dalam menghadapi isu sosial, maka hal ini akan menempatkan perusahaan dalam situasi berbahaya. *Dangerous mismatch*, seperti yang di illustrasikan pada lampiran 2, di sebabkan karena pemerintah menetapkan aturan yang cenderung tidak sesuai dengan standar bisnis perusahaan, sehingga perusahaan mengeluarkan banyak biaya yang tidak perlu. Jika berlangsung kontinu, maka hal ini mengakibatkan berkurangnya biaya modal, berkurangnya produktifitas, dan kemajuan perusahaan terhambat karena kurangnya inovasi. Selain itu, kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan menurun karena sikap perusahaan yang apatis.

4. *Vicious Circle*

Skenario paling tidak menguntungkan adalah jika perusahaan berada dalam keadaan *vicious circle*, seperti yang di illustrasikan pada lampiran 2. Harapan sosial yang tidak konsisten, dan ketidakmampuan perusahaan berbaur dengan komunitas bisnis, menimbulkan situasi bisnis *downward spiral* yang berbahaya dan sulit di pulihkan. Perusahaan menyadari tidak dapat menyelesaaikan masalah sosial sendirian, namun ketidakpercayaan masyarakat, pemerintah, dan komunitas bisnis menyebabkan produktifitas

perusahaan terhambat. Dengan demikian, masalah perusahaan bertambah, karena ekonomi perusahaan hanya dapat di upayakan sepihak dari sisi kepentingan perusahaan.

2.4. Penciptaan *Sustainable Value Creation*

Status quo pada kuadran *dangerous-mismatch* dan *vicious-circle,* menyebabkan banyaknya biaya yang harus di tanggung perusahaan, dan juga hilangnya peluang bisnis. Perusahaan harus melakukan terobosan pendekatan yang proaktif terhadap masalah sosial. Hal ini di penting di lakukan untuk kelangsungan perusahaan. Perusahaan daapat berkolaborsi dengan masyarakat luas jika terdapat isu sosial yang muncul, atau mendisain model manajemen perusahaan sedemikian rupa sehinggga selalu merespon terhadap isu sosial sama halnya dengan merespon masalah dalam perusahaan itu sendiri.

2.5.Memaksinalkan Profitabilitas dari Dampak Sosial

Penting sekali bagi perusahaan untuk dapat mengidentifikasi isu sosial strategis yang akan datang, sehingga dengan demikian perusahaan dapat menyiapkan strateginya untuk menciptakan *sustainable value creation*. Hal ini diperlukan agar perusahaan tidak mengalami kegagalan, karena keputusan bisnis yang salah. Kolaborasi dalam penciptaan sustainable value creation diperlukan agar perusahaan selalu *survive* dari kondisi stagnasi bisnis.

1.Peluang *Sustainable Value Creation*

Pencapaian *sustainable value creation* untuk mengatasi masalah sosial, di awali dengan memilih isu sosial yang menawarkan sumber potensial *competitive advantage,* dengan meningkatkan pendapatan atau mengurangi resiko dan biaya operasional. *Sustainable value creation* yang berdampak positif terhadap isu sosial, dapat menyelesaikan ketegangan antara masyarakat dan tekanan bisnis secara simultan. Pemilihan isu sosial dimana perusahaan akan terlibat dapat di dasarkan pada relevansi antara bidang bisnis dan masalah sosial yang muncul.

2. *Sustainable Competitive Period*

Variabel lain dalam penelitian ini periode keunggulan bersaing berkelanjutan, yang muncul dari karakteristik persaingan yang dapat mengendalikan ROI perusahaan melalui pemanfaatan biaya modal. Perusahaan yang dapat menghasilkan ROI tinggi akan menarik pesaing untuk bersedia bekerjasama, sehingga tingkat pengembalian yang berlaku di industri dapat dengan mudah di capai dan melebihi biaya modal yang di keluarkan. Dengan kata lain, *sustainable value creation* di perlukan untuk mampu mengangkat ROI perusahaan di atas rata-rata. Warren Buffet (Mc Kinsey's, 2010) menyatakan bahwa perusahaan yang di pillihnya adalah yang memiliki kompetensi untuk mengentaskan masyarakat luas dari masalah sosial dengan disain strategi yang ditujukan untuk mencapai *sustainable competitive advantages.* Lebih lanjut di kemukakan bahwa, dengan lingkungan bisnis, ekonomi, dan persaingan yang tidak pernah stabil, maka perhitungan terhadap *sustainable competitive period* harus di lakukan, dan di antisipasi serta di perpanjang melalui

kontinuitas penciptaan *sustainable value creation.*

3. *Sustainable Marketing Advantages* sebagai Aset yang Unik

Distinctive capabilities dan sumberdaya untuk menyelesaikan isu sosial yang tidak dapat di tiru oleh perusahaan lain di perlukan, untuk dapat meraih peluang yang tidak dapat di raih perusahaan lain. Sikap proaktif dalam menyelesaikan masalah sosial berperan penting dalam bisnis, karena dengan demikian perusahaan memiliki posisi yang unik dan berbeda. Kepemimpinan dalam hal *sustainable value creation,* memerlukan dukungan aset perusahaan yang lain seperti *marketing channels, brand equity, customer relationship management. Sustainable marketing advantages* ini di ciptakan dengan dasar pemikiran pemenuhan *value-added* bagi masyarakat luas dalam menyelesaikan masalah sosial. Dengan demikian, isu sosial dapat dapat di selesaikan lebih cepat dan efisien. Hal ini seringkali di lupakan oleh perusahaan, dan bagi perusahaan yang dapat memahami akan memberikan keunikan dan menjadi elemen pembeda dari pesaing.

4.*Sustainable Global Advantages*

Jika ketiga variabel tersebut di atas dapat di capai, maka terbukalah peluang bagi perusahaan skala kecil menengah sekalipun, untuk mampu berekspansi secara global. Pasar global menciptakan tingkat ROI yang lebih besar daripada pasar domestik, melalui penciptaan *value-added* secara berkelanjutan. *Sustainable value creation* ini mampu mengatasi problem mendasar internal perusahaan dalam hal skala ekonomis, ROI, daya tarik industri, dan siklus persaingan. Di sisi lain, *sustainable value creation* juga melipatgandakan profitabilitas perusahaan melalui peran keterlibatan perusahaan sebagai *problem-solver* dalam masalah sosial.

III.METODE PENELITIAN

Model penelitian kausal dan analisa *convirmatory*, di lakukan dengan sistem SEM untuk menguji hipotesis. LISREL di pergunakan sebagai perangkat analisa berbagai uji seperti statistik deskriptif, validitas, reliabilitas, kecocokan model, dan penerimaan hipotesis. Populasi penelitian adalah UKM di wilayah kota Surabaya. Selanjutnya, survei di lakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 120 pemilik UKM di berbagai wilayah di Surabaya, sesuai dengan kriteria yang di tetapkan seperti pada lampiran 8 yaitu memiliki minimal 15 kategori produk yang di produksi, dengan lama UKM berdiri lebih dari 15 tahun, dan pangsa pasar di atas 100 pelanggan setiap bulan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hal ini di maksudkan agar obyek penelitian sesuai dengan konteks definisi *sustainable competitive advantage, sustainable value creation, sustainable competitive period,* dan *sustainable marketing advantages,* sebagai variabel eksogen, serta *sustainable global advantages* sebagai variabel endogen. Definisi operasional untuk seluruh variabel X_1 , X_2 , X_3, X_4, dan X_5 adalah kondisi perusahaan yang memiliki *super normal performance* (Barney, 2011) dengan berbagai ruang lingkupnya secara berturut-turut untuk masing-masing variabel adalah *profit*, diferensiasi, *market leadership*, dan *customer retention,* serta *technological*

acquisition (Credit Suisse, 2002). Sumber data primer di ambil dari kuesioner, dan data sekunder untuk UKM yang memenuhi kriteria penelitian di gali dari internet.

IV.ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dari berbagai hasil uji statistik seperti yang di illustrasikan pada lampiran 5 hingga lampiran 10 di buktikan bahwa:

Tabel 4.1

Pernyataan	*Mean Score*	*Std.Deviation*
SCA1	4,82	,389
SCA2	4,91	,290
SCA3	4,99	,091
SCA4	4,94	,235
SCA5	4,94	,235
SVC1	4,93	,264
SVC2	4,95	,219
SVC3	4,99	,091
SVC4	4,98	,129
SVC5	4,97	,222
SCP1	4,98	,203
SCP2	4,99	,091
SCP3	4,98	,129
SCP4	4,97	,222
SCP5	4,98	,203
SMA1	4,98	,203
SMA2	4,99	,091
SMA3	4,98	,203
SMA4	4,96	,201
SMA5	4,96	,201
SGA1	4,98	,129
SGA2	4,97	,222
SGA3	4,97	,222
SGA4	4,96	,239
SGA5	4,98	,157

Sumber: Lampiran 8, diolah.

Rata-rata responden yang menjadi target penelitian ini menyatakan persetujuannya terhadap pernyataan yang di ajukan dalam instrument penelitian seperti yang terlampir pada lampiran 10. *Mean-Score* yang mendekati skor maksimum 5, yang mengindikasikan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini hampir selalu di alami oleh UKM dalam perjuangannya meraih SCA.

Tabel 4.2.

Variabel Laten	Indikator	Nilai t	*Cutt-off Value*	Ket.
SCA	SCA1	7,59	≥1,96	Valid
	SCA2	7,24		
	SCA3	7,65		
	SCA4	6,99		
	SCA5	7,26		
SVC	SVC1	7,40	≥1,96	Valid
	SVC2	6,70		
	SVC3	6,55		
	SVC4	7,32		
	SVC5	7,12		
SCP	SCP1	6,82	≥1,96	Valid
	SCP2	6,80		
	SCP3	5,70		
	SCP4	7,48		
	SCP5	7,25		
SMA	SMA1	7,61	≥1,96	Valid
	SMA2	7,56		
	SMA3	7,47		
	SMA4	6,59		
	SMA5	7,58		
SGA	SGA1	5,95	≥1,96	Valid
	SGA2	7,20		
	SGA3	7,19		
	SGA4	7,15		
	SGA5	7,22		

Sumber: Lampiran 7, diolah.

Indikator yang di gunakan pada penelitian ini tergolong *valid*, yang di tunjukkan dengan nilai t yang lebih besar dari *cut-off value*.

Tabel 4.3.

Goodness of Fit Index	*Cutt-off Value*	Hasil Model	Ket.
GFI	≥0,9	0,62	*Not Fit*
RMSEA	< 0,05	0,14	*Good Fit*
NFI	0,8≤NFI≤0,9	0,90	*Good Fit*
IFI	≥0,9	0,93	*Good Fit*
CFI	≥0,9	0,93	*Good Fit*
RFI	0,8≤NFI≤0,9	0,89	*Marginal Fit*

Sumber: Lampiran 9, diolah.

Berdasarkan tabel 4.3. tersebut di atas, dapat di simpulkan bahwa model dalam penelitian ini termasuk *Good Fit*, yang berarti bahwa model penelitian ini memiliki kelayakan yang baik.

Adapun persamaam struktural penelitian ini dapat di sarikan dari lampiran 9, yang di tuliskan kembali sebagai berikut:

1. SVC = 0,94 SCA
2. SCP = 1,24 SCA
3. SMA= 0,77 SCA
4. SGA=0,88SVC+0,68SCP+1,50 SMA

Dari persamaan matematis tersebut di atas, dapat di maknai bahwa:

1. Meningkatnya SCA akan berdampak pada peningkatan SVC sebesar 0,94, yang berarti SCA mutlak memerlukan SVC dengan kenaikannya yang mendekati 1.
2. Meningkatnya SCA juga berdampak pada peningkatan SCP sebesar 1,24, yang mengindikasikan SCA tidak dapat selalu bertahan lama, jika tidak secara kontinu melakukan *rejuvenation* pada siklus SCP .
3. Meningkatnya SCA berpengaruh pula pada peningkatan SMA, yang memberikan sinyal SCA juga memerlukan dukungan signifikan SMA yang di atas rata-rata 0,5.
4. SGA tidak dapat terlepas dari dukungan SVC, SCP, dan SMA secara signifikan di atas rata-rata 0,5.

Pengujian Hipotesis dapat di tunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.4.

Variabel	*Estimate*	*Critical Ratio*	*Sig.*	Ket.
SCA-SVC	0,94	4,39	0,000	Diterima
SCA-SCP	1,24	4,87	0,000	Diterima
SCA-SMA	0,77	4,29	0,000	Diterima
SVC-SGA	0,88	2,01	0,000	Diterima
SCP-SGA	0,68	2,53	0,000	Diterima
SMA-SGA	1,50	2,37	0,000	Diterima

Sumber: Lampiran 9, diolah.

Hasil uji hipotesis tersebut di atas membuktikan bahwa ke enam rumusan masalah penelitian ini terbukti kebenarannya. Hal ini menunjukkan bahwa secara empiris, bangunan teori dalam penelitian ini dapat di kategorikan *eligible*.

V.KESIMPULAN

Berbagai permasalahan dalam mengedepankan SCA untuk UKM melalui SVC, SCP, dan SMA menuju SGA pada penelitian ini memberikan simpulan bahwa:

1. *Sustainable Competitive Advantages* yang di miliki UKM perlu di tindaklanjuti dengan penciptaan *Sustainable Value Creation*.

2. Sustainable Competitive Advantages juga perlu memperhatikan adanya siklus *Sustainable Competitive Period.*

3. Selain itu, *Sustainable Competitive Advantages* tidak boleh mengesampingkan peran *Sustainable Marketing Advantages*.

4. Jika UKM sungguh-sungguh di *manage* untuk mengentaskan masalah sosial masyarakat luas dalam hal ekonomi, maka upaya untuk menciptakan *Sustainable Competitive Advantages, Sustainable Value Creation, Sustainable Competitive Period* ini, akan mampu membawa ekonomi rakyat yang berbasis UKM menjadi organisasi yang memiliki daya saing dalam ruang lingkup global atau *Sustainable Global Advantages*, sehingga mampu bertahan dari gelombang krisis ekonomi karena kekuatan perusahaan global.

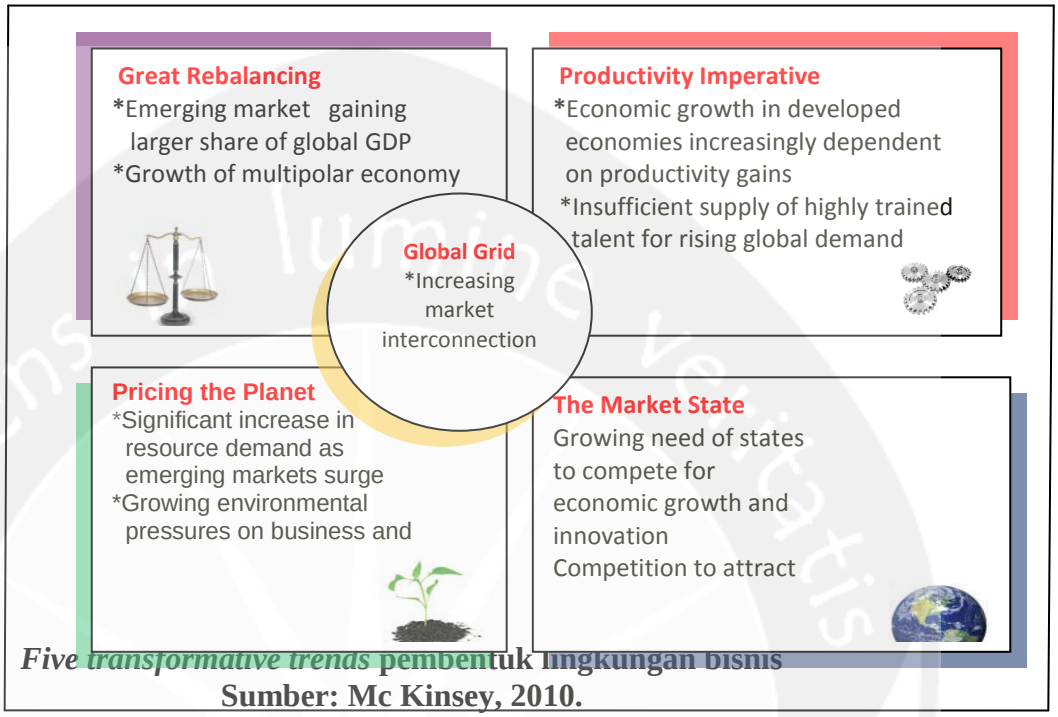
DAFTAR PUSTAKA

Credit Suisse, First Boston: Equity Research, *Measuring The Moat: Assesing the Magnitude and Sustainability of Value Creation*, America/Unites States Strategy, Investment Strategy, 16 Desember, 2002.

Mc Kinsey, Pathaway to Sustainable Value Creation in 2020, Committee Encouraging Corporate Philanthrophy, New York, 2010.

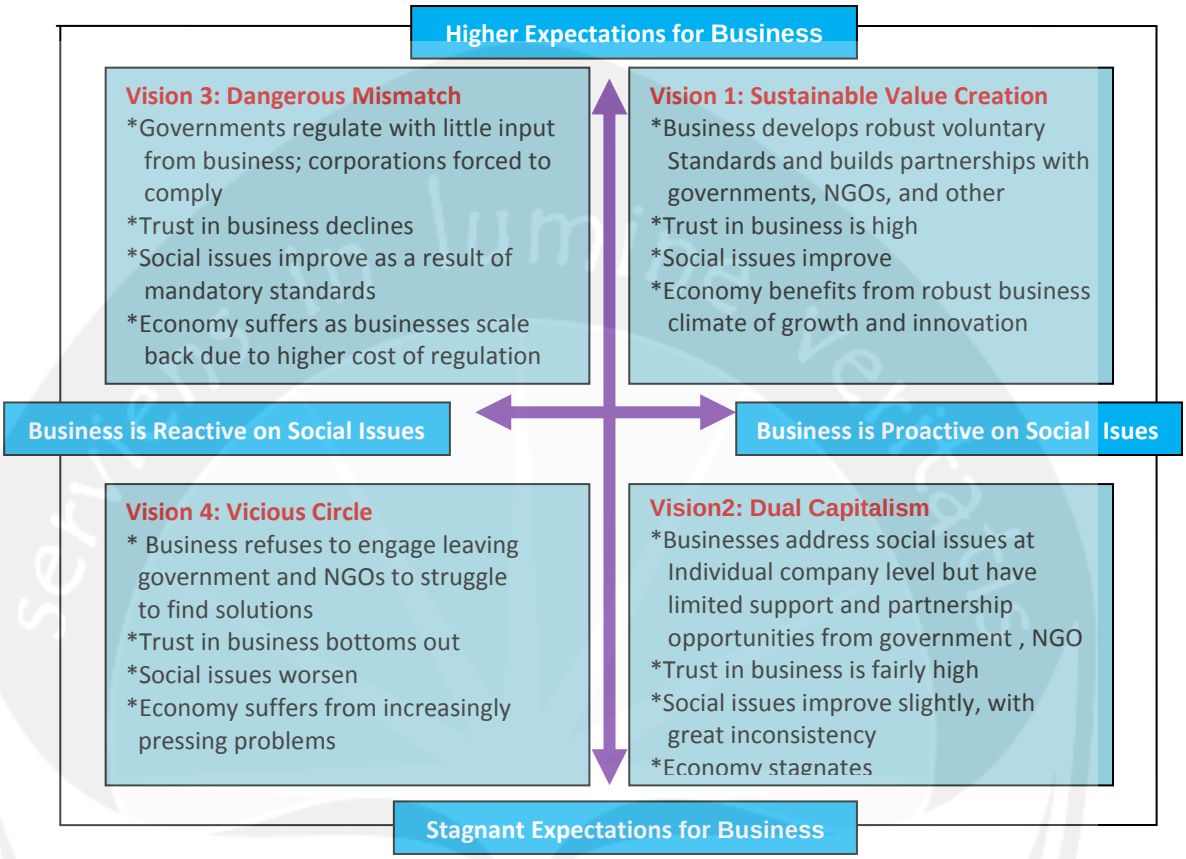
Barney, J.B. *Gaining and Sustaining Competitive Advantages*, The Ohio State University, Pearson International Edition, Prentice Hall, 2011.

LAMPIRAN 1.



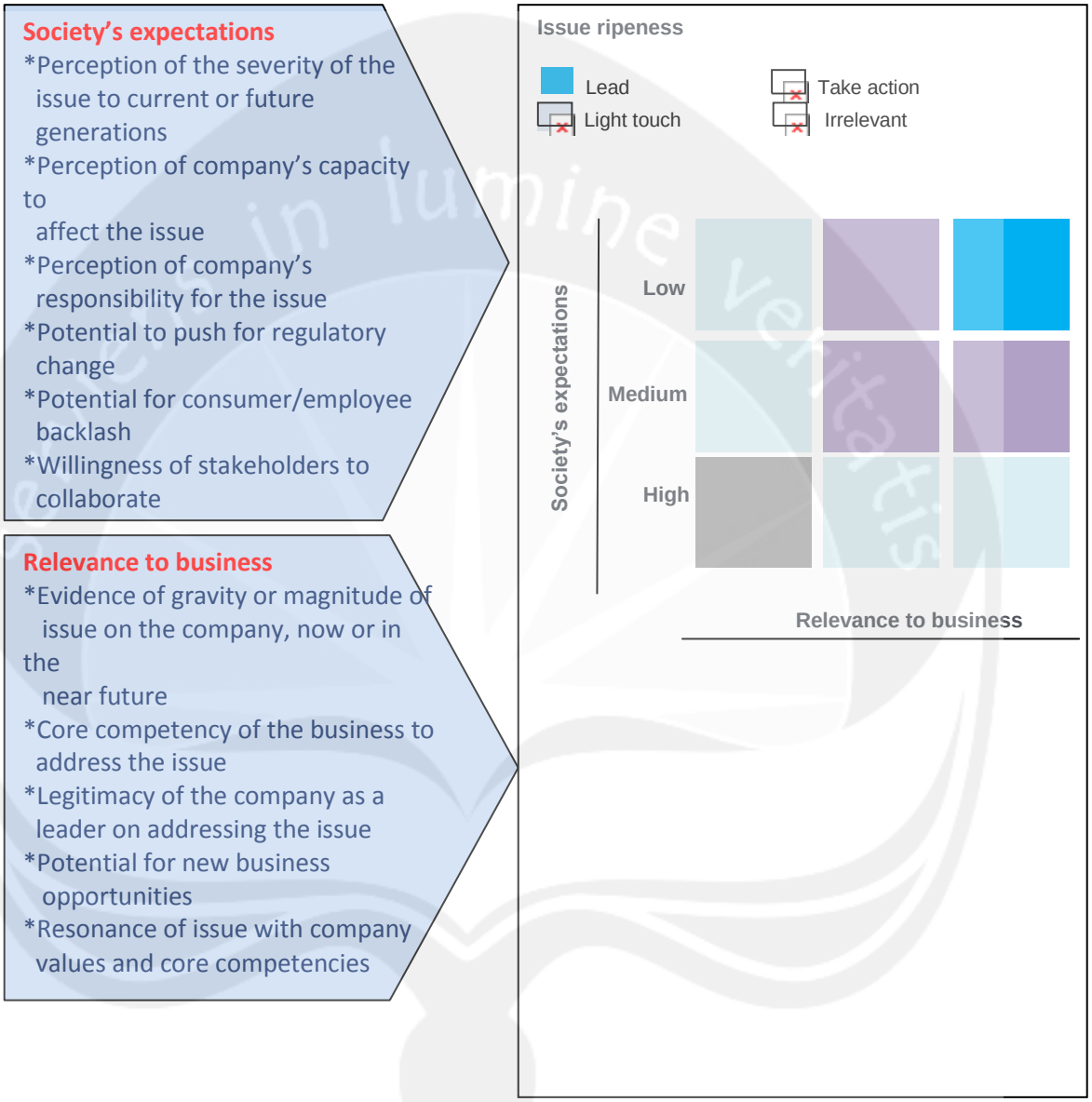
***Five transformative trends* pembentuk lingkungan bisnis**
Sumber: Mc Kinsey, 2010.

LAMPIRAN 2.



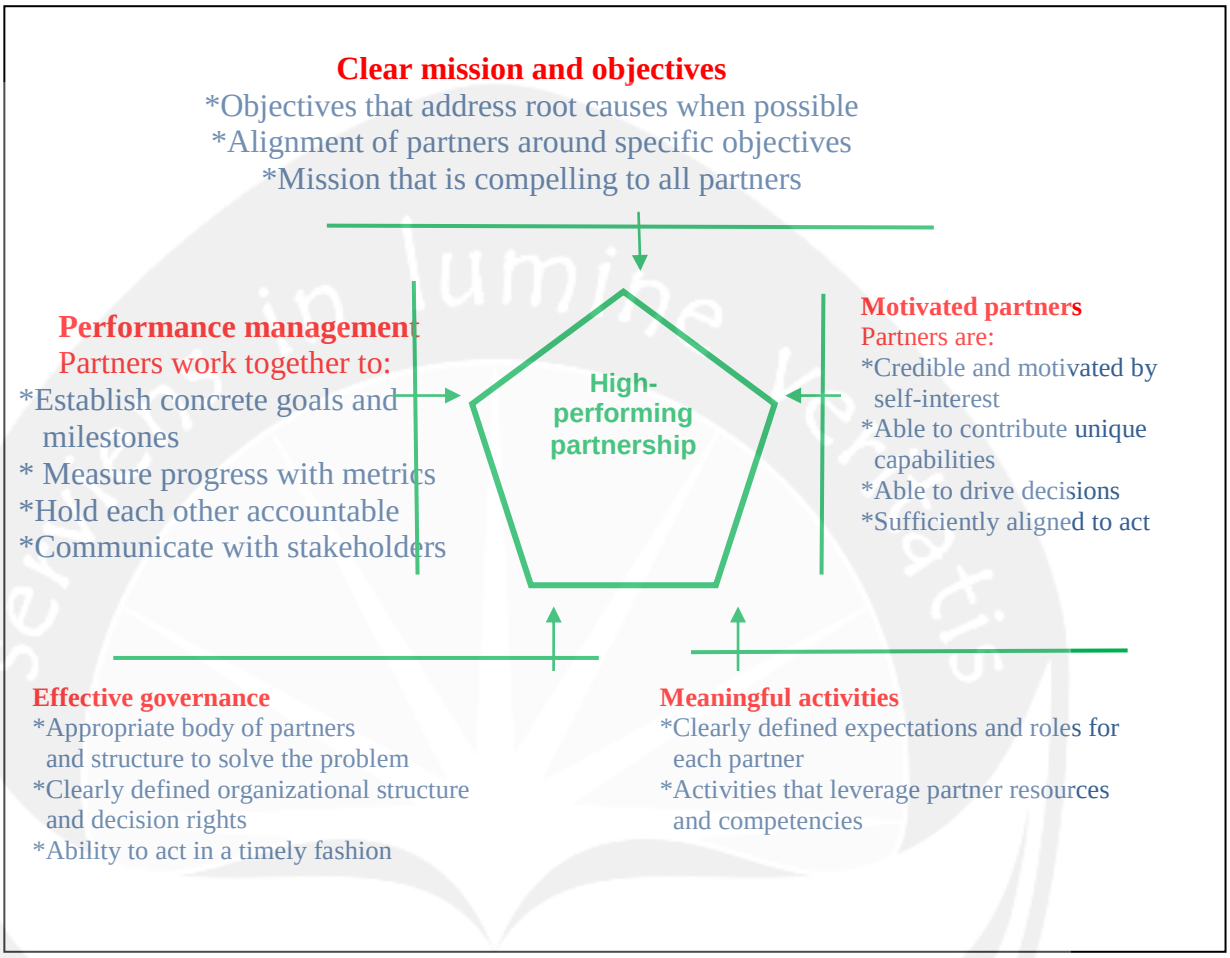
Gambar 2.2.
Four visions of business and society
Sumber: Mc Kinsey, 2010.

LAMPIRAN 3.



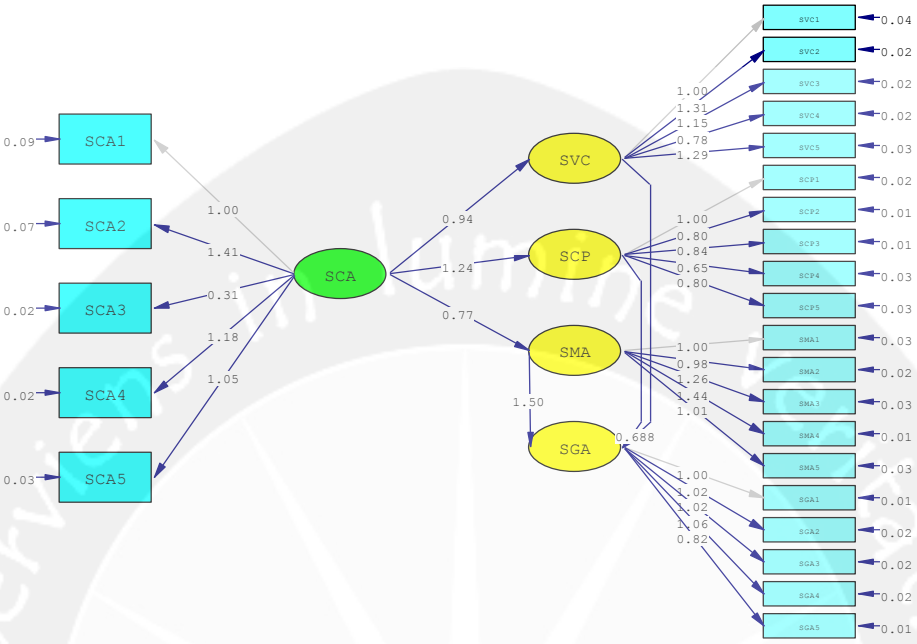
Gambar 2.3.
Issue ripeness, a tool for picking where to get involved
Sumber: Mc Kinsey, 2010.

LAMPIRAN 4.



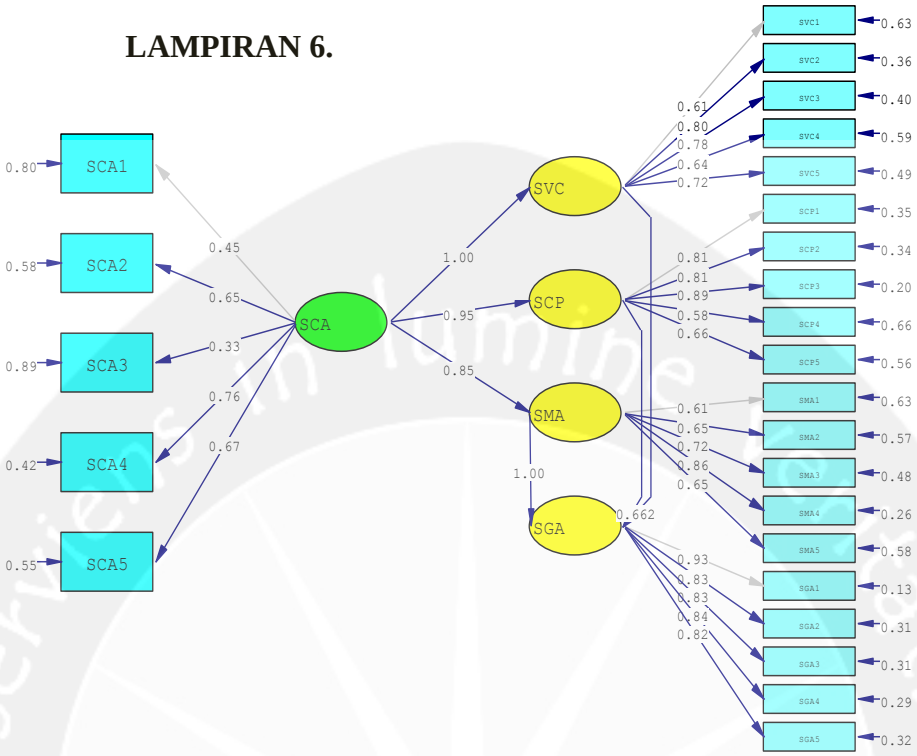
Gambar 2.4.
Requirements for successful collaboration
Sumber: Mc Kinsey, 2010.

LAMPIRAN 5.



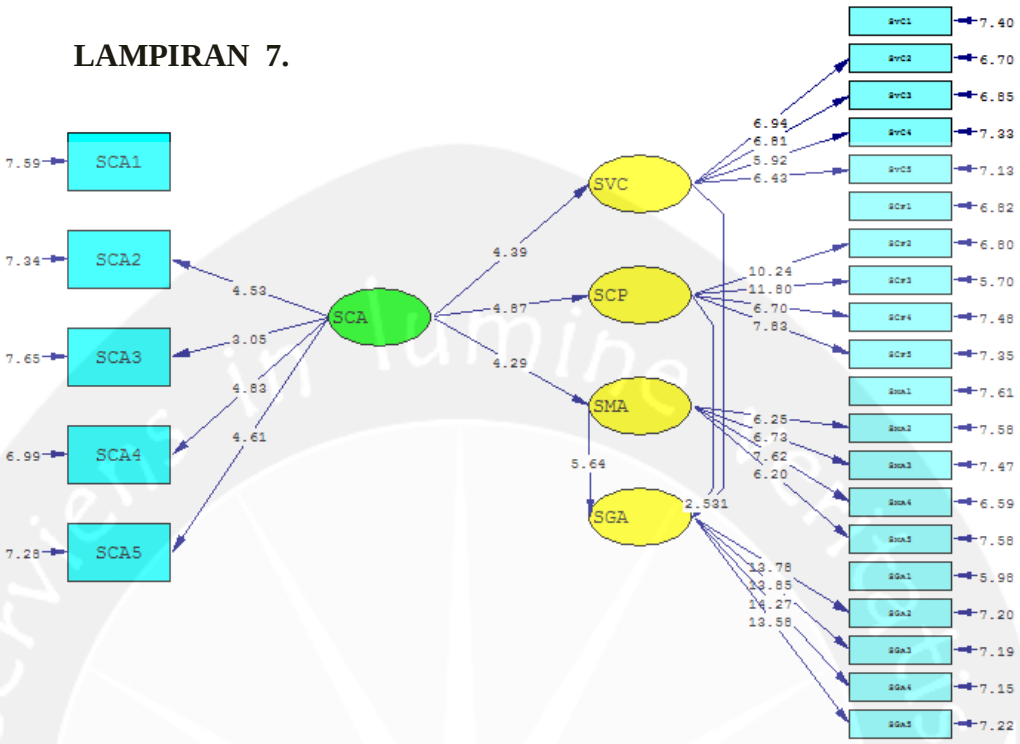
Gambar 2.5.
LISREL *Estimation Value*
Sumber: Data, diolah.

LAMPIRAN 6.



Gambar 2.6.
LISREL *Standardized Estimation*
Sumber: Data, diolah.

LAMPIRAN 7.



Gambar 2.7.
LISREL t-*Value*
Sumber: Data, diolah.

LAMPIRAN 8.

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SCA1	120	4	5	4,82	,389
SCA2	120	4	5	4,91	,290
SCA3	120	4	5	4,99	,091
SCA4	120	4	5	4,94	,235
SCA5	120	4	5	4,94	,235
SVC1	120	4	5	4,93	,264
SVC2	120	4	5	4,95	,219
SVC3	120	4	5	4,99	,091
SVC4	120	4	5	4,98	,129
SVC5	120	3	5	4,97	,222
SCP1	120	3	5	4,98	,203
SCP2	120	4	5	4,99	,091
SCP3	120	4	5	4,98	,129
SCP4	120	3	5	4,97	,222
SCP5	120	3	5	4,98	,203
SMA1	120	3	5	4,98	,203
SMA2	120	4	5	4,99	,091
SMA3	120	3	5	4,98	,203
SMA4	120	4	5	4,96	,201
SMA5	120	4	5	4,96	,201
SGA1	120	4	5	4,98	,129
SGA2	120	3	5	4,97	,222
SGA3	120	3	5	4,97	,222
SGA4	120	3	5	4,96	,239
SGA5	120	4	5	4,98	,157
Valid N (listwise)	120				

Frequencies

Frequency Table

SCA1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	22	18,3	18,3	18,3
	5	98	81,7	81,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCA2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	11	9,2	9,2	9,2
	5	109	90,8	90,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCA3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,8	,8	,8
	5	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCA4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	7	5,8	5,8	5,8
	5	113	94,2	94,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCA5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	7	5,8	5,8	5,8
	5	113	94,2	94,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SVC1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	9	7,5	7,5	7,5
	5	111	92,5	92,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SVC2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	6	5,0	5,0	5,0
	5	114	95,0	95,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SVC3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,8	,8	,8
	5	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SVC4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	2	1,7	1,7	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SVC5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	2	1,7	1,7	2,5
	5	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	1	,8	,8	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,8	,8	,8
	5	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	2	1,7	1,7	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	2	1,7	1,7	2,5
	5	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SCP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	1	,8	,8	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMA1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	1	,8	,8	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMA2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,8	,8	,8
	5	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMA3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	1	,8	,8	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMA4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	5	4,2	4,2	4,2
	5	115	95,8	95,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMA5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	5	4,2	4,2	4,2
	5	115	95,8	95,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SGA1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	2	1,7	1,7	1,7
	5	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SGA2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	2	1,7	1,7	2,5
	5	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SGA3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	2	1,7	1,7	2,5
	5	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SGA4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,8	,8	,8
	4	3	2,5	2,5	3,3
	5	116	96,7	96,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SGA5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	3	2,5	2,5	2,5
	5	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCA1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-2,10177	22	18,3	18,3	18,3
	,47183	98	81,7	81,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCA2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3,13473	11	9,2	9,2	9,2
	,31635	109	90,8	90,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCA3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-10,86316	1	,8	,8	,8
	,09129	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCA4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4,00104	7	5,8	5,8	5,8
	,24785	113	94,2	94,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCA5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4,00104	7	5,8	5,8	5,8
	,24785	113	94,2	94,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SVC1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3,49722	9	7,5	7,5	7,5
	,28356	111	92,5	92,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SVC2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4,34070	6	5,0	5,0	5,0
	,22846	114	95,0	95,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SVC3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-10,86316	1	,8	,8	,8
	,09129	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SVC4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-7,64907	2	1,7	1,7	1,7
	,12965	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SVC5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-8,85745	1	,8	,8	,8
	-4,35366	2	1,7	1,7	2,5
	,15013	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCP1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-9,70817	1	,8	,8	,8
	-4,79264	1	,8	,8	1,7
	,12289	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCP2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-10,86316	1	,8	,8	,8
	,09129	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCP3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-7,64907	2	1,7	1,7	1,7
	,12965	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCP4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-8,85745	1	,8	,8	,8
	-4,35366	2	1,7	1,7	2,5
	,15013	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SCP5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-9,70817	1	,8	,8	,8
	-4,79264	1	,8	,8	1,7
	,12289	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SMA1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-9,70817	1	,8	,8	,8
	-4,79264	1	,8	,8	1,7
	,12289	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SMA2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-10,86316	1	,8	,8	,8
	,09129	119	99,2	99,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SMA3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-9,70817	1	,8	,8	,8
	-4,79264	1	,8	,8	1,7
	,12289	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SMA4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4,77581	5	4,2	4,2	4,2
	,20764	115	95,8	95,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SMA5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4,77581	5	4,2	4,2	4,2
	,20764	115	95,8	95,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SGA1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-7,64907	2	1,7	1,7	1,7
	,12965	118	98,3	98,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SGA2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-8,85745	1	,8	,8	,8
	-4,35366	2	1,7	1,7	2,5
	,15013	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SGA3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-8,85745	1	,8	,8	,8
	-4,35366	2	1,7	1,7	2,5
	,15013	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SGA4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-8,19732	1	,8	,8	,8
	-4,01145	3	2,5	2,5	3,3
	,17441	116	96,7	96,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Zscore(SGA5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-6,21892	3	2,5	2,5	2,5
	,15946	117	97,5	97,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	120	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	120	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	120	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,780	50

Regression

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SMA5, SMA2, SCP2, SVC3, SCA3, SMA3, SMA1, SCP3, SCA2, SCP4, SVC5, SCA5, SVC2, SCA4, SCA1, SMA4, SCP5, SVC1, SCP1[a]	.	Enter

a. Tolerance = ,000 limits reached.

b. Dependent Variable: SGA

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,873[a]	,762	,717	,068	1,805

a. Predictors: (Constant), SMA5, SMA2, SCP2, SVC3, SCA3, SMA3, SMA1, SCP3, SCA2, SCP4, SVC5, SCA5, SVC2, SCA4, SCA1, SMA4, SCP5, SVC1, SCP1

b. Dependent Variable: SGA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,499	19	,079	16,888	,000[a]
	Residual	,467	100	,005		
	Total	1,967	119			

a. Predictors: (Constant), SMA5, SMA2, SCP2, SVC3, SCA3, SMA3, SMA1, SCP3, SCA2, SCP4, SVC5, SCA5, SVC2, SCA4, SCA1, SMA4, SCP5, SVC1, SCP1

b. Dependent Variable: SGA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,645	,856		4,257	,000
	SCA1	-,008	,023	-,024	-,342	,733
	SCA2	-,053	,033	-,121	-1,636	,105
	SCA3	-,085	,084	-,061	-1,012	,314
	SCA4	,006	,045	,011	,138	,891
	SCA5	,079	,038	,145	2,078	,040
	SVC1	-,004	,043	-,008	-,095	,924
	SVC2	,013	,039	,023	,341	,734
	SVC3	,002	,069	,001	,022	,982
	SVC5	,001	,031	,002	,029	,977
	SCP1	-,198	,065	-,313	-3,044	,003
	SCP2	-,033	,087	-,023	-,375	,708
	SCP3	,004	,053	,004	,067	,947
	SCP4	-,094	,032	-,163	-2,963	,004
	SCP5	,088	,059	,140	1,507	,135
	SMA1	-,264	,043	-,418	-6,180	,000
	SMA2	,002	,069	,001	,022	,982
	SMA3	,088	,059	,140	1,507	,135
	SMA4	,442	,050	,690	8,929	,000
	SMA5	,286	,046	,447	6,283	,000

a. Dependent Variable: SGA

Excluded Variables[b]

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance
1	SVC4	.[a]	.	.	.	,000

a. Predictors in the Model: (Constant), SMA5, SMA2, SCP2, SVC3, SCA3, SMA3, SMA1, SCP3, SCA2, SCP4, SVC5, SCA5, SVC2, SCA4, SCA1, SMA4, SCP5, SVC1, SCP1

b. Dependent Variable: SGA

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4,19	5,10	4,98	,112	120
Residual	-,273	,379	,000	,063	120
Std. Predicted Value	-7,032	1,002	,000	1,000	120
Std. Residual	-3,998	5,547	,000	,917	120

a. Dependent Variable: SGA

LAMPIRAN 9.

L I S R E L 8.70

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2004
Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyright Convention.
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\Documents and Settings\Maria\My Documents\TY.spl:

```
PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA
OBSERVED VARIABLE SCA1 SCA2 SCA3 SCA4 SCA5 SVC1 SVC2 SVC3 SVC4 SVC5 SCP1 SCP2 SCP3 SCP4 SCP5 SMA1 SMA2 SMA3 SMA4 SMA5 SGA1 SGA2 SGA3 SGA4 SGA5
COVARIANCE MATRIX FROM FILE C:\DATA9.COV
SAMPLE SIZE 120
LATENT VARIABLE SCA SVC SCP SMA SGA
RELATIONSHIPS:
SCA1 = 1*SCA
SCA2-SCA5 = SCA
SVC1 = 1*SVC
SVC2-SVC5 = SVC
SCP1 = 1*SCP
SCP2-SCP5 = SCP
SMA1 = 1*SMA
SMA2-SMA5 = SMA
SGA1 = 1*SGA
SGA2-SGA5 = SGA
SVC SCP SMA = SCA
SGA = SVC SCP SMA
OPTIONS: SS SC EF RS
PATH DIAGRAM
END OF PROGRAM
```

Sample Size = 120

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA

Covariance Matrix

	SVC1	SVC2	SVC3	SVC4	SVC5	SCP1
SVC1	0.06					
SVC2	0.04	0.06				
SVC3	0.02	0.03	0.05			
SVC4	0.01	0.02	0.02	0.03		
SVC5	0.02	0.03	0.03	0.02	0.07	
SCP1	0.02	0.04	0.04	0.02	0.04	0.06
SCP2	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SCP3	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SCP4	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02	0.03
SCP5	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.04
SMA1	0.01	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03
SMA2	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SMA3	0.01	0.03	0.03	0.02	0.03	0.04
SMA4	0.01	0.02	0.03	0.02	0.03	0.03
SMA5	0.01	0.02	0.02	0.01	0.02	0.03
SGA1	0.02	0.03	0.03	0.02	0.04	0.04
SGA2	0.02	0.03	0.04	0.02	0.03	0.04
SGA3	0.02	0.03	0.03	0.02	0.04	0.04
SGA4	0.02	0.03	0.03	0.02	0.04	0.05
SGA5	0.01	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03
SCA1	0.04	0.04	0.01	0.01	0.02	0.02
SCA2	0.04	0.04	0.03	0.02	0.04	0.04
SCA3	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01
SCA4	0.04	0.04	0.03	0.02	0.03	0.03
SCA5	0.03	0.03	0.02	0.01	0.03	0.03

Covariance Matrix

	SCP2	SCP3	SCP4	SCP5	SMA1	SMA2
SCP2	0.04					
SCP3	0.03	0.03				
SCP4	0.02	0.02	0.05			
SCP5	0.02	0.02	0.02	0.06		
SMA1	0.02	0.02	0.02	0.02	0.05	
SMA2	0.02	0.02	0.02	0.03	0.02	0.04
SMA3	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02
SMA4	0.03	0.03	0.02	0.02	0.04	0.02
SMA5	0.02	0.01	0.03	0.01	0.02	0.02

SGA1	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
SGA2	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
SGA3	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
SGA4	0.03	0.03	0.02	0.04	0.03	0.03
SGA5	0.02	0.03	0.02	0.02	0.03	0.02
SCA1	0.01	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01
SCA2	0.03	0.03	0.02	0.03	0.02	0.03
SCA3	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.01
SCA4	0.03	0.03	0.02	0.02	0.01	0.02
SCA5	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02

Covariance Matrix

	SMA3	SMA4	SMA5	SGA1	SGA2	SGA3
SMA3	0.06					
SMA4	0.03	0.05				
SMA5	0.02	0.03	0.05			
SGA1	0.04	0.04	0.03	0.05		
SGA2	0.04	0.04	0.03	0.04	0.06	
SGA3	0.04	0.05	0.03	0.04	0.05	0.06
SGA4	0.05	0.04	0.03	0.04	0.06	0.05
SGA5	0.03	0.04	0.02	0.04	0.04	0.04
SCA1	0.01	0.02	0.01	0.03	0.02	0.02
SCA2	0.03	0.04	0.02	0.04	0.03	0.04
SCA3	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
SCA4	0.02	0.02	0.02	0.03	0.02	0.03
SCA5	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03

Covariance Matrix

	SGA4	SGA5	SCA1	SCA2	SCA3	SCA4
SGA4	0.07					
SGA5	0.04	0.04				
SCA1	0.02	0.02	0.12			
SCA2	0.04	0.03	0.08	0.11		
SCA3	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	
SCA4	0.03	0.02	0.04	0.04	0.01	0.06
SCA5	0.03	0.02	0.04	0.04	0.01	0.04

Covariance Matrix

	SCA5
SCA5	0.06

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA
Number of Iterations = 40

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)
Measurement Equations

SVC1 = 1.00*SVC, Errorvar.= 0.036 , R^2 = 0.37
(0.0049)
7.40

SVC2 = 1.31*SVC, Errorvar.= 0.021 , R^2 = 0.64
(0.19) (0.0031)
6.94 6.70

SVC3 = 1.15*SVC, Errorvar.= 0.018 , R^2 = 0.60
(0.17) (0.0027)
6.81 6.85

SVC4 = 0.78*SVC, Errorvar.= 0.018 , R^2 = 0.41
(0.13) (0.0025)
5.92 7.33

SVC5 = 1.29*SVC, Errorvar.= 0.033 , R^2 = 0.51
(0.20) (0.0047)
6.43 7.13

SCP1 = 1.00*SCP, Errorvar.= 0.021 , R^2 = 0.65
(0.0031)
6.82

SCP2 = 0.80*SCP, Errorvar.= 0.013 , R^2 = 0.66
(0.078) (0.0020)
10.24 6.80

SCP3 = 0.84*SCP, Errorvar.= 0.0071 , R^2 = 0.80
(0.071) (0.0012)
11.80 5.70

SCP4 = 0.65*SCP, Errorvar.= 0.033 , R^2 = 0.34
(0.098) (0.0045)
6.70 7.48

SCP5 = 0.80*SCP, Errorvar.= 0.032 , R^2 = 0.44
(0.10) (0.0044)
7.83 7.35

SMA1 = 1.00*SMA, Errorvar.= 0.032 , R^2 = 0.37
(0.0041)
7.61

SMA2 = 0.98*SMA, Errorvar.= 0.024 , R^2 = 0.43
(0.16) (0.0032)
6.25 7.58

SMA3 = 1.26*SMA, Errorvar.= 0.028 , R^2 = 0.52
(0.19) (0.0037)
6.73 7.47

SMA4 = 1.44*SMA, Errorvar.= 0.014 , R^2 = 0.74
(0.19) (0.0021)
7.62 6.59

SMA5 = 1.01*SMA, Errorvar.= 0.027 , R^2 = 0.42
(0.16) (0.0035)
6.20 7.58

SGA1 = 1.00*SGA, Errorvar.= 0.0063 , R^2 = 0.87
(0.0011)
5.98

SGA2 = 1.02*SGA, Errorvar.= 0.020 , R^2 = 0.69
(0.074) (0.0028)
13.78 7.20

SGA3 = 1.02*SGA, Errorvar.= 0.020 , R^2 = 0.69
(0.074) (0.0027)
13.85 7.19

SGA4 = 1.06*SGA, Errorvar.= 0.020 , R^2 = 0.71
(0.074) (0.0027)
14.27 7.15

SGA5 = 0.82*SGA, Errorvar.= 0.013 , R^2 = 0.68
(0.060) (0.0018)
13.58 7.22

SCA1 = 1.00*SCA, Errorvar.= 0.095 , R^2 = 0.20
(0.013)
7.59

SCA2 = 1.41*SCA, Errorvar.= 0.065 , R^2 = 0.42
(0.31) (0.0089)
4.53 7.34

SCA3 = 0.31*SCA, Errorvar.= 0.018 , R^2 = 0.11
(0.10) (0.0023)
3.05 7.65

SCA4 = 1.18*SCA, Errorvar.= 0.024 , R^2 = 0.58
(0.24) (0.0034)
4.83 6.99

SCA5 = 1.05*SCA, Errorvar.= 0.031 , R^2 = 0.45
(0.23) (0.0043)
4.61 7.28

Structural Equations
SVC = 0.94*SCA, Errorvar.= 0.00014 , R^2 = 0.99
(0.21) (0.00057)
4.39 0.25

SCP = 1.24*SCA, Errorvar.= 0.0036 , R^2 = 0.91
(0.26) (0.0016)
4.87 2.20

SMA = 0.77*SCA, Errorvar.= 0.0051 , R^2 = 0.73
(0.18) (0.0017)
4.29 3.01

SGA = 0.88*SVC + 0.68*SCP + 1.50*SMA, Errorvar.= 0.0034 , R^2 = 1.08
(0.44) (0.27) (0.27) (0.0014)
2.01 2.53 5.64 2.37

Reduced Form Equations
SVC = 0.94*SCA, Errorvar.= 0.00014, R^2 = 0.99
(0.21)
4.39

SCP = 1.24*SCA, Errorvar.= 0.0036, R^2 = 0.91
(0.26)
4.87

SMA = 0.77*SCA, Errorvar.= 0.0051, R^2 = 0.73
(0.18)

4.29

SGA = 1.17*SCA, Errorvar.= 0.0098, R^2 = 0.77
(0.24)
4.95

Variances of Independent Variables

SCA

0.02
(0.01)
2.49

Covariance Matrix of Latent Variables

	SVC	SCP	SMA	SGA	SCA
SVC	0.02				
SCP	0.03	0.04			
SMA	0.02	0.02	0.02		
SGA	0.03	0.04	0.03	0.04	
SCA	0.02	0.03	0.02	0.03	0.02

Goodness of Fit Statistics
Degrees of Freedom = 269
Minimum Fit Function Chi-Square = 915.13 (P = 0.0)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 893.72 (P = 0.0)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 624.72
90 Percent Confidence Interval for NCP = (537.84 ; 719.20)

Minimum Fit Function Value = 7.69
Population Discrepancy Function Value (F0) = 5.25
90 Percent Confidence Interval for F0 = (4.52 ; 6.04)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.14
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.13 ; 0.15)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 8.45
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (7.72 ; 9.25)
ECVI for Saturated Model = 5.46
ECVI for Independence Model = 75.73

Chi-Square for Independence Model with 300 Degrees of Freedom = 8961.80
Independence AIC = 9011.80
Model AIC = 1005.72
Saturated AIC = 650.00

Independence CAIC = 9106.49
Model CAIC = 1217.82
Saturated CAIC = 1880.93

Normed Fit Index (NFI) = 0.90
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.92
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.81
Comparative Fit Index (CFI) = 0.93
Incremental Fit Index (IFI) = 0.93
Relative Fit Index (RFI) = 0.89

Critical N (CN) = 43.38
Root Mean Square Residual (RMR) = 0.0053
Standardized RMR = 0.088
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.6
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.55
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.52

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA

Fitted Covariance Matrix

	SVC1	SVC2	SVC3	SVC4	SVC5	SCP1
SVC1	0.06					
SVC2	0.03	0.06				
SVC3	0.02	0.03	0.05			
SVC4	0.02	0.02	0.02	0.03		
SVC5	0.03	0.04	0.03	0.02	0.07	
SCP1	0.03	0.04	0.03	0.02	0.04	0.06
SCP2	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SCP3	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SCP4	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02	0.03
SCP5	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SMA1	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02	0.02
SMA2	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02	0.02
SMA3	0.02	0.03	0.02	0.02	0.03	0.03
SMA4	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SMA5	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02	0.02
SGA1	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03	0.04
SGA2	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03	0.04
SGA3	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03	0.04
SGA4	0.03	0.04	0.03	0.02	0.04	0.04
SGA5	0.02	0.03	0.02	0.02	0.03	0.03
SCA1	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SCA2	0.03	0.04	0.04	0.02	0.04	0.04

SCA3	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
SCA4	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
SCA5	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03

Fitted Covariance Matrix

	SCP2	SCP3	SCP4	SCP5	SMA1	SMA2
SCP2	0.04					
SCP3	0.03	0.03				
SCP4	0.02	0.02	0.05			
SCP5	0.03	0.03	0.02	0.06		
SMA1	0.02	0.02	0.01	0.02	0.05	
SMA2	0.02	0.02	0.01	0.02	0.02	0.04
SMA3	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
SMA4	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03
SMA5	0.02	0.02	0.01	0.02	0.02	0.02
SGA1	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03
SGA2	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03
SGA3	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03
SGA4	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
SGA5	0.02	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02
SCA1	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
SCA2	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02
SCA3	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
SCA4	0.03	0.03	0.02	0.03	0.02	0.02
SCA5	0.02	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02

Fitted Covariance Matrix

	SMA3	SMA4	SMA5	SGA1	SGA2	SGA3
SMA3	0.06					
SMA4	0.03	0.05				
SMA5	0.02	0.03	0.05			
SGA1	0.04	0.04	0.03	0.05		
SGA2	0.04	0.04	0.03	0.04	0.06	
SGA3	0.04	0.04	0.03	0.04	0.04	0.06
SGA4	0.04	0.04	0.03	0.04	0.05	0.05
SGA5	0.03	0.03	0.02	0.03	0.04	0.04
SCA1	0.02	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03
SCA2	0.03	0.04	0.03	0.04	0.04	0.04
SCA3	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
SCA4	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03
SCA5	0.02	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03

Fitted Covariance Matrix

	SGA4	SGA5	SCA1	SCA2	SCA3	SCA4
SGA4	0.07					
SGA5	0.04	0.04				
SCA1	0.03	0.02	0.12			
SCA2	0.04	0.03	0.03	0.11		
SCA3	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	
SCA4	0.03	0.03	0.03	0.04	0.01	0.06
SCA5	0.03	0.02	0.02	0.03	0.01	0.03

Fitted Covariance Matrix

	SCA5
SCA5	0.06

Fitted Residuals

	SVC1	SVC2	SVC3	SVC4	SVC5	SCP1
SVC1	0.00					
SVC2	0.01	0.00				
SVC3	0.00	0.00	0.00			
SVC4	-0.01	0.00	0.00	0.00		
SVC5	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	
SCP1	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCP2	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00
SCP3	-0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
SCP4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCP5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01
SMA1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
SMA2	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01
SMA3	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02
SMA4	-0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
SMA5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SGA1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
SGA2	-0.01	-0.01	0.01	0.00	0.00	0.01
SGA3	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SGA4	-0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.01
SGA5	-0.01	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00
SCA1	0.02	0.01	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01
SCA2	0.01	0.00	-0.01	0.00	0.00	-0.01
SCA3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCA4	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00

SCA5	0.01	0.00	-0.01	-0.01	0.00	0.00

Fitted Residuals

	SCP2	SCP3	SCP4	SCP5	SMA1	SMA2
SCP2	0.00					
SCP3	0.00	0.00				
SCP4	0.00	0.00	0.00			
SCP5	0.00	0.00	0.00	0.00		
SMA1	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	
SMA2	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00
SMA3	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00
SMA4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
SMA5	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
SGA1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SGA2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SGA3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SGA4	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
SGA5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCA1	-0.01	-0.01	0.00	-0.01	-0.01	0.00
SCA2	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.00
SCA3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCA4	0.00	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.00
SCA5	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.00

Fitted Residuals

	SMA3	SMA4	SMA5	SGA1	SGA2	SGA3
SMA3	0.00					
SMA4	0.00	0.00				
SMA5	0.00	0.00	0.00			
SGA1	0.00	0.00	0.00	0.00		
SGA2	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	
SGA3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SGA4	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
SGA5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCA1	-0.01	-0.01	0.00	0.00	-0.01	0.00
SCA2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCA3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SCA4	0.00	-0.01	0.00	0.00	-0.01	-0.01
SCA5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fitted Residuals

	SGA4	SGA5	SCA1	SCA2	SCA3	SCA4
SGA4	0.00					
SGA5	0.00	0.00				
SCA1	-0.01	0.00	0.00			
SCA2	0.00	0.00	0.04	0.00		
SCA3	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	
SCA4	-0.01	-0.01	0.02	0.01	0.00	0.00
SCA5	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01

Fitted Residuals

	SCA5
SCA5	0.00

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = -0.01
Median Fitted Residual = 0.00
Largest Fitted Residual = 0.04

Stemleaf Plot

- 1|222111000
- 0|99999988887777766666665555555555555555
-
0|4444444444444444443333333333333333333322222222222222222222222222222211111+70

0|11111111111111111111111112222222222222222222222233333333333333333333333+15
0|55555555555556666666667777777899
1|0000011122
1|5568
2|
2|
3|
3|
4|2

Standardized Residuals

	SVC1	SVC2	SVC3	SVC4	SVC5	SCP1
SVC1	- -					
SVC2	4.08	- -				
SVC3	-1.30	-1.54	- -			
SVC4	-2.76	-2.05	2.51	- -		
SVC5	-1.88	-0.66	-0.19	-0.98	- -	
SCP1	-2.03	-0.55	2.26	1.27	0.49	- -
SCP2	-0.09	0.64	3.51	3.93	1.48	0.07
SCP3	-3.31	-3.82	3.90	4.69	1.27	-1.47
SCP4	0.37	-0.03	1.47	-1.03	0.46	-0.35
SCP5	-1.11	-0.74	1.07	1.21	-0.02	5.35
SMA1	-0.62	-1.07	1.74	1.13	2.13	0.94
SMA2	0.30	1.49	2.99	2.61	1.75	3.57
SMA3	-2.16	-0.38	1.22	1.32	1.57	5.11
SMA4	-4.43	-3.59	-1.36	-0.39	1.13	-0.56
SMA5	-1.21	-0.46	-0.75	-1.22	-1.27	1.59
SGA1	-2.29	-0.47	2.92	1.63	2.92	2.11
SGA2	-2.90	-3.57	2.37	1.44	-0.73	2.27
SGA3	-2.93	-1.79	0.40	1.42	0.79	-0.09
SGA4	-3.37	-2.53	-0.30	0.92	0.17	3.39
SGA5	-4.80	-3.23	-1.23	3.60	-0.21	-1.34
SCA1	3.46	1.85	-3.30	-2.58	-1.60	-2.71
SCA2	1.25	-0.16	-2.01	-1.45	-0.56	-1.71
SCA3	0.03	1.20	-3.03	-1.19	-0.75	-0.86
SCA4	5.82	5.78	-2.83	-1.26	-1.66	-1.85
SCA5	1.87	1.04	-2.68	-3.83	1.54	-1.73

Standardized Residuals

	SCP2	SCP3	SCP4	SCP5	SMA1	SMA2
SCP2	- -					
SCP3	0.19	- -				
SCP4	-0.43	2.40	- -			
SCP5	-0.95	-2.31	-1.54	- -		
SMA1	2.68	2.85	2.08	-0.43	- -	
SMA2	2.26	2.33	1.83	3.37	0.57	- -
SMA3	2.35	2.40	2.17	3.60	0.74	0.11
SMA4	0.10	-0.59	-0.65	-1.05	6.52	-3.27
SMA5	0.07	-2.37	3.49	-1.04	-1.44	1.48
SGA1	0.76	4.23	2.30	1.37	-0.38	2.04
SGA2	0.97	0.44	0.21	1.54	0.18	-0.82

SGA3	0.95	0.40	0.19	-0.42	0.15	1.46
SGA4	0.14	-0.66	-0.27	2.63	1.65	0.67
SGA5	-1.02	1.27	-1.81	-0.16	1.50	-0.51
SCA1	-2.62	-2.11	-0.66	-1.76	-1.23	-0.73
SCA2	-0.69	-1.47	-0.51	-1.24	-0.14	0.39
SCA3	-2.74	-0.15	0.89	0.19	-0.88	0.86
SCA4	-1.13	-2.48	-1.33	-1.90	-2.18	0.24
SCA5	-1.43	-2.62	-0.29	-2.05	0.09	-0.34

Standardized Residuals

	SMA3	SMA4	SMA5	SGA1	SGA2	SGA3
SMA3	- -					
SMA4	-1.79	- -				
SMA5	-0.30	-1.27	- -			
SGA1	-0.09	0.02	0.76	4.33		
SGA2	3.23	-2.34	0.80	0.94	4.33	
SGA3	0.44	2.51	0.77	0.85	1.19	4.33
SGA4	4.67	-0.76	-0.01	-1.56	5.90	-0.16
SGA5	-1.09	3.68	-1.07	4.92	0.39	0.35
SCA1	-1.58	-1.28	-0.92	-0.73	-2.30	-0.97
SCA2	-0.02	0.10	-0.85	1.02	-1.25	0.33
SCA3	2.17	-0.56	0.70	1.83	-0.64	1.45
SCA4	-1.46	-4.62	-1.55	-2.23	-4.65	-2.95
SCA5	1.02	0.67	-0.60	2.34	-1.19	-1.22

Standardized Residuals

	SGA4	SGA5	SCA1	SCA2	SCA3	SCA4
SGA4	4.33					
SGA5	-0.91	4.33				
SCA1	-1.78	-1.14	- -			
SCA2	-0.77	-0.39	6.00	- -		
SCA3	1.20	2.60	1.67	1.11	- -	
SCA4	-3.63	-2.59	3.97	1.58	1.32	- -
SCA5	-0.23	-0.93	2.39	2.52	1.61	3.28

Standardized Residuals

	SCA5
SCA5	- -

Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = -4.80
Median Standardized Residual = 0.00
Largest Standardized Residual = 6.52

Stemleaf Plot

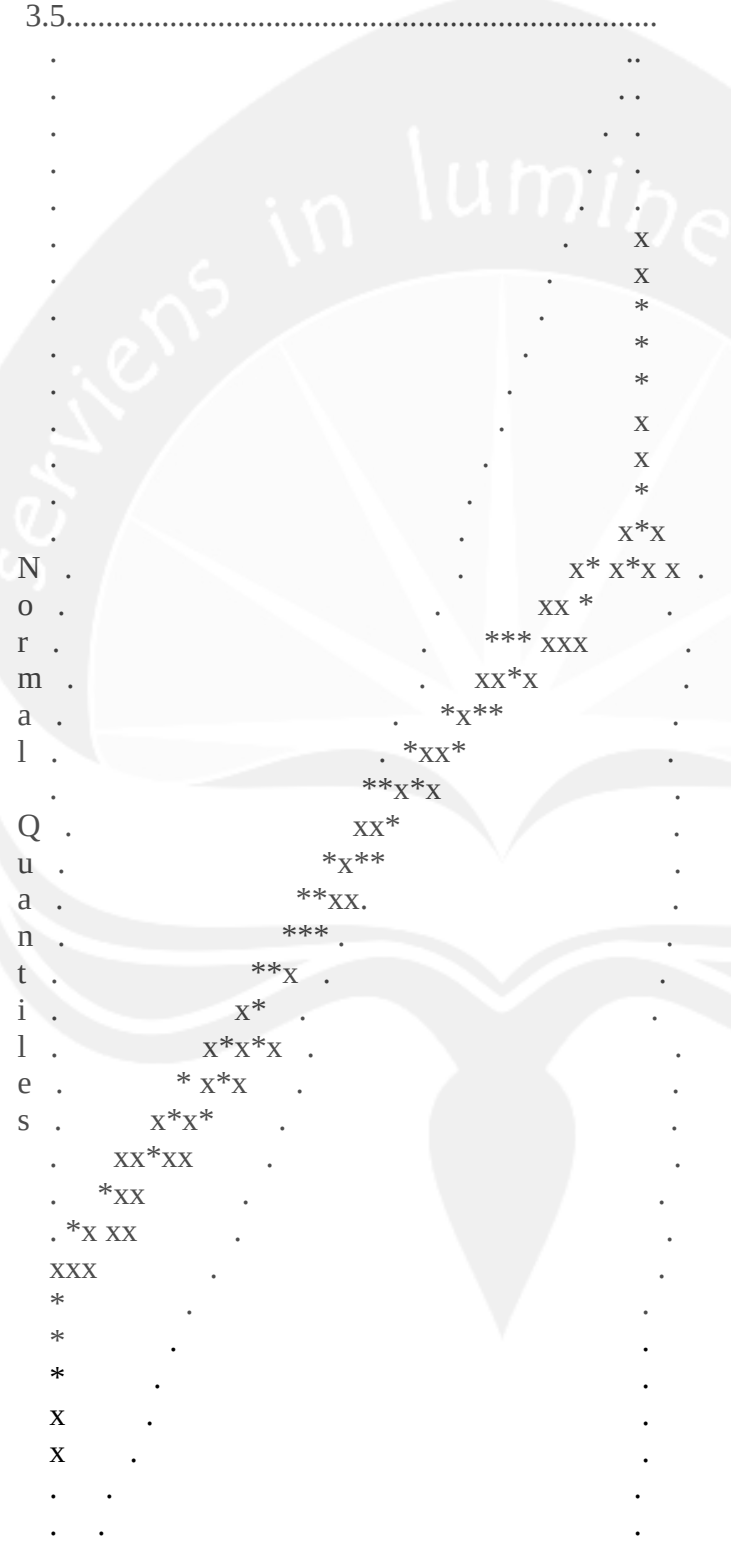
- 4|8764
- 3|88666433320
- 2|99988777666654333322211000
- 1|99988888777666655555444433333332222222211111000000
-
0|99999998888777777777666666665555544444443333332222221111100000000000000+11
0|11111112222222233344444445566777788888899999
1|00001111222223333334444555555556666667778899
2|01112233333334444556667999
3|02344555666799
4|01233333779
5|13889
6|05

Largest Negative Standardized Residuals

Residual for SVC4 and SVC1 -2.76
Residual for SCP3 and SVC1 -3.31
Residual for SCP3 and SVC2 -3.82
Residual for SMA4 and SVC1 -4.43
Residual for SMA4 and SVC2 -3.59
Residual for SMA4 and SMA2 -3.27
Residual for SGA2 and SVC1 -2.90
Residual for SGA2 and SVC2 -3.57
Residual for SGA3 and SVC1 -2.93
Residual for SGA4 and SVC1 -3.37
Residual for SGA5 and SVC1 -4.80
Residual for SGA5 and SVC2 -3.23
Residual for SCA1 and SVC3 -3.30
Residual for SCA1 and SVC4 -2.58
Residual for SCA1 and SCP1 -2.71
Residual for SCA1 and SCP2 -2.62
Residual for SCA3 and SVC3 -3.03
Residual for SCA3 and SCP2 -2.74
Residual for SCA4 and SVC3 -2.83
Residual for SCA4 and SMA4 -4.62
Residual for SCA4 and SGA2 -4.65
Residual for SCA4 and SGA3 -2.95

Residual for SCA4 and SGA4 -3.63
Residual for SCA4 and SGA5 -2.59
Residual for SCA5 and SVC3 -2.68
Residual for SCA5 and SVC4 -3.83
Residual for SCA5 and SCP3 -2.62
Largest Positive Standardized Residuals
Residual for SVC2 and SVC1 4.08
Residual for SCP2 and SVC3 3.51
Residual for SCP2 and SVC4 3.93
Residual for SCP3 and SVC3 3.90
Residual for SCP3 and SVC4 4.69
Residual for SCP5 and SCP1 5.35
Residual for SMA1 and SCP2 2.68
Residual for SMA1 and SCP3 2.85
Residual for SMA2 and SVC3 2.99
Residual for SMA2 and SVC4 2.61
Residual for SMA2 and SCP1 3.57
Residual for SMA2 and SCP5 3.37
Residual for SMA3 and SCP1 5.11
Residual for SMA3 and SCP5 3.60
Residual for SMA4 and SMA1 6.52
Residual for SMA5 and SCP4 3.49
Residual for SGA1 and SVC3 2.92
Residual for SGA1 and SVC5 2.92
Residual for SGA1 and SCP3 4.23
Residual for SGA1 and SGA1 4.33
Residual for SGA2 and SMA3 3.23
Residual for SGA2 and SGA2 4.33
Residual for SGA3 and SGA3 4.33
Residual for SGA4 and SCP1 3.39
Residual for SGA4 and SCP5 2.63
Residual for SGA4 and SMA3 4.67
Residual for SGA4 and SGA2 5.90
Residual for SGA4 and SGA4 4.33
Residual for SGA5 and SVC4 3.60
Residual for SGA5 and SMA4 3.68
Residual for SGA5 and SGA1 4.92
Residual for SGA5 and SGA5 4.33
Residual for SCA1 and SVC1 3.46
Residual for SCA2 and SCA1 6.00
Residual for SCA3 and SGA5 2.60
Residual for SCA4 and SVC1 5.82
Residual for SCA4 and SVC2 5.78
Residual for SCA4 and SCA1 3.97
Residual for SCA5 and SCA4 3.28

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA





Standardized Residuals

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
SVC1	SCP	12.3	-1.62
SVC1	SMA	14.5	-1.01
SVC1	SGA	24.6	-1.08
SVC2	SCP	9.6	-1.25
SVC2	SGA	12.5	-0.64
SVC3	SCP	26.5	1.89
SVC4	SCP	27.0	1.74
SMA1	SGA	23.4	2.07
SMA2	SVC	10.3	0.70
SMA2	SCP	12.6	0.56
SMA3	SCP	12.2	0.61
SMA3	SGA	8.5	1.26
SMA4	SVC	14.1	-0.80
SMA4	SCP	11.3	-0.52
SGA1	SVC	20.1	0.76
SGA1	SCP	12.6	0.43
SVC	SCP	21.0	1.51
SCP	SVC	21.0	37.84
SCP	SMA	19.4	0.91
SCP	SGA	19.4	0.61
SMA	SCP	19.4	1.30
SMA	SGA	20.5	1.92

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
SCP	SVC	21.0	0.01
SMA	SCP	19.4	0.00
SVC2	SVC1	16.6	0.01
SCP3	SVC2	9.3	0.00
SCP3	SVC3	9.1	0.00
SCP3	SVC4	13.4	0.00
SCP5	SCP1	28.6	0.01
SMA3	SCP1	16.1	0.01
SMA4	SMA1	42.5	0.01
SMA4	SMA2	10.7	-0.01

SMA5	SCP3	16.1	-0.01
SMA5	SCP4	17.8	0.01
SGA1	SMA1	12.3	-0.01
SGA4	SCP1	11.0	0.01
SGA4	SCP5	8.2	0.01
SGA4	SMA3	14.3	0.01
SGA4	SGA1	11.6	0.00
SGA4	SGA2	26.5	0.01
SGA5	SVC4	13.8	0.01
SGA5	SMA4	9.0	0.00
SGA5	SGA1	13.3	0.00
SCA1	SVC1	12.2	0.02
SCA1	SVC3	10.8	-0.01
SCA2	SCA1	36.0	0.04
SCA3	SVC3	8.9	-0.01
SCA3	SCP2	10.1	0.00
SCA4	SVC1	34.1	0.02
SCA4	SVC2	33.4	0.01
SCA4	SVC3	8.5	-0.01
SCA4	SCA1	15.8	0.02
SCA5	SVC4	14.9	-0.01
SCA5	SCA4	10.8	0.01

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA
Standardized Solution
LAMBDA-Y

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC1	0.14	- -	- -	- -
SVC2	0.19	- -	- -	- -
SVC3	0.17	- -	- -	- -
SVC4	0.11	- -	- -	- -
SVC5	0.19	- -	- -	- -
SCP1	- -	0.20	- -	- -
SCP2	- -	0.16	- -	- -
SCP3	- -	0.17	- -	- -
SCP4	- -	0.13	- -	- -
SCP5	- -	0.16	- -	- -
SMA1	- -	- -	0.14	- -
SMA2	- -	- -	0.13	- -
SMA3	- -	- -	0.17	- -
SMA4	- -	- -	0.20	- -
SMA5	- -	- -	0.14	- -
SGA1	- -	- -	- -	0.20
SGA2	- -	- -	- -	0.21

SGA3	- -	- -	- -	0.21
SGA4	- -	- -	- -	0.22
SGA5	- -	- -	- -	0.17

LAMBDA-X

	SCA
SCA1	0.15
SCA2	0.22
SCA3	0.05
SCA4	0.18
SCA5	0.16

BETA

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC	- -	- -	- -	- -
SCP	- -	- -	- -	- -
SMA	- -	- -	- -	- -
SGA	-0.62	0.66	1.00	- -

GAMMA

	SCA
SVC	1.00
SCP	0.95
SMA	0.85
SGA	- -

Correlation Matrix of ETA and KSI

	SVC	SCP	SMA	SGA	SCA
SVC	1.00				
SCP	0.95	1.00			
SMA	0.85	0.82	1.00		
SGA	0.87	0.89	1.02	1.00	
SCA	1.00	0.95	0.85	0.88	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

SVC	SCP	SMA	SGA
0.01	0.09	0.27	-0.08

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	SCA
SVC	1.00
SCP	0.95
SMA	0.85
SGA	0.88

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA
Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC1	0.61	- -	- -	- -
SVC2	0.80	- -	- -	- -
SVC3	0.78	- -	- -	- -
SVC4	0.64	- -	- -	- -
SVC5	0.72	- -	- -	- -
SCP1	- -	0.81	- -	- -
SCP2	- -	0.81	- -	- -
SCP3	- -	0.89	- -	- -
SCP4	- -	0.58	- -	- -
SCP5	- -	0.66	- -	- -
SMA1	- -	- -	0.61	- -
SMA2	- -	- -	0.65	- -
SMA3	- -	- -	0.72	- -
SMA4	- -	- -	0.86	- -
SMA5	- -	- -	0.65	- -
SGA1	- -	- -	- -	0.93
SGA2	- -	- -	- -	0.83
SGA3	- -	- -	- -	0.83
SGA4	- -	- -	- -	0.84
SGA5	- -	- -	- -	0.82

LAMBDA-X

	SCA
SCA1	0.45
SCA2	0.65
SCA3	0.33

SCA4 0.76
SCA5 0.67

BETA

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC	- -	- -	- -	- -
SCP	- -	- -	- -	- -
SMA	- -	- -	- -	- -
SGA	-0.62	0.66	1.00	- -

GAMMA

	SCA
SVC	1.00
SCP	0.95
SMA	0.85
SGA	- -

Correlation Matrix of ETA and KSI

	SVC	SCP	SMA	SGA	SCA
SVC	1.00				
SCP	0.95	1.00			
SMA	0.85	0.82	1.00		
SGA	0.87	0.89	1.02	1.00	
SCA	1.00	0.95	0.85	0.88	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

SVC	SCP	SMA	SGA
0.01	0.09	0.27	-0.08

THETA-EPS

SVC1	SVC2	SVC3	SVC4	SVC5	SCP1
0.63	0.36	0.40	0.59	0.49	0.35

THETA-EPS

SCP2	SCP3	SCP4	SCP5	SMA1	SMA2
0.34	0.20	0.66	0.56	0.63	0.57

THETA-EPS

SMA3	SMA4	SMA5	SGA1	SGA2	SGA3
0.48	0.26	0.58	0.13	0.31	0.31

THETA-EPS

SGA4	SGA5
0.29	0.32

THETA-DELTA

SCA1	SCA2	SCA3	SCA4	SCA5
0.80	0.58	0.89	0.42	0.55

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	SCA
SVC	1.00
SCP	0.95
SMA	0.85
SGA	0.88

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA

Total and Indirect Effects

Total Effects of KSI on ETA

	SCA
SVC	0.94
	(0.21)
	4.39
SCP	1.24
	(0.26)
	4.87
SMA	0.77
	(0.18)
	4.29

SGA	1.17
	(0.24)
	4.95

Indirect Effects of KSI on ETA

	SCA
SVC	- -
SCP	- -
SMA	- -
SGA	1.17
	(0.24)
	4.95

Total Effects of ETA on ETA

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC	- -	- -	- -	- -
SCP	- -	- -	- -	- -
SMA	- -	- -	- -	- -
SGA	0.88	0.68	1.50	- -
	(0.44)	(0.27)	(0.27)	
	2.01	2.53	5.64	

Largest Eigenvalue of B*B' (Stability Index) is 3.469

Total Effects of ETA on Y

SVC	SCP	SMA	SGA

SVC1	1.00	- -	- -	- -
SVC2	1.31 (0.19) 6.94	- -	- -	- -
SVC3	1.15 (0.17) 6.81	- -	- -	- -
SVC4	0.78 (0.13) 5.92	- -	- -	- -
SVC5	1.29 (0.20) 6.43	- -	- -	- -
SCP1	- -	1.00	- -	- -
SCP2	- -	0.80 (0.08) 10.24	- -	- -
SCP3	- -	0.84 (0.07) 11.80	- -	- -
SCP4	- -	0.65 (0.10) 6.70	- -	- -
SCP5	- -	0.80 (0.10) 7.83	- -	- -
SMA1	- -	- -	1.00	- -
SMA2	- -	- -	0.98 (0.16) 6.25	- -
SMA3	- -	- -	1.26 (0.19) 6.73	- -

SMA4	- -	- -	1.44	- -
			(0.19)	
			7.62	
SMA5	- -	- -	1.01	- -
			(0.16)	
			6.20	
SGA1	0.88	0.68	1.50	1.00
	(0.44)	(0.27)	(0.27)	
	2.01	2.53	5.64	
SGA2	0.89	0.69	1.53	1.02
	(0.45)	(0.28)	(0.28)	(0.07)
	2.00	2.51	5.42	13.78
SGA3	0.90	0.69	1.53	1.02
	(0.45)	(0.28)	(0.28)	(0.07)
	2.00	2.51	5.42	13.85
SGA4	0.93	0.72	1.59	1.06
	(0.46)	(0.29)	(0.29)	(0.07)
	2.00	2.51	5.45	14.27
SGA5	0.72	0.56	1.23	0.82
	(0.36)	(0.22)	(0.23)	(0.06)
	2.00	2.51	5.41	13.58

Indirect Effects of ETA on Y

	SVC	SCP	SMA	SGA
	---	---	---	---
SVC1	- -	- -	- -	- -
SVC2	- -	- -	- -	- -
SVC3	- -	- -	- -	- -
SVC4	- -	- -	- -	- -
SVC5	- -	- -	- -	- -
SCP1	- -	- -	- -	- -

SCP2	- -	- -	- -	- -
SCP3	- -	- -	- -	- -
SCP4	- -	- -	- -	- -
SCP5	- -	- -	- -	- -
SMA1	- -	- -	- -	- -
SMA2	- -	- -	- -	- -
SMA3	- -	- -	- -	- -
SMA4	- -	- -	- -	- -
SMA5	- -	- -	- -	- -
SGA1	0.88	0.68	1.50	- -
	(0.44)	(0.27)	(0.27)	
	2.01	2.53	5.64	
SGA2	0.89	0.69	1.53	- -
	(0.45)	(0.28)	(0.28)	
	2.00	2.51	5.42	
SGA3	0.90	0.69	1.53	- -
	(0.45)	(0.28)	(0.28)	
	2.00	2.51	5.42	
SGA4	0.93	0.72	1.59	- -
	(0.46)	(0.29)	(0.29)	
	2.00	2.51	5.45	
SGA5	0.72	0.56	1.23	- -
	(0.36)	(0.22)	(0.23)	
	2.00	2.51	5.41	

Total Effects of KSI on Y

	SCA

SVC1	0.94

(0.21)
4.39

SVC2 1.24
(0.25)
4.90

SVC3 1.08
(0.22)
4.86

SVC4 0.73
(0.16)
4.50

SVC5 1.22
(0.26)
4.71

SCP1 1.24
(0.26)
4.87

SCP2 0.99
(0.20)
4.87

SCP3 1.04
(0.21)
5.02

SCP4 0.81
(0.19)
4.27

SCP5 0.99
(0.22)
4.52

SMA1 0.77
(0.18)
4.29

SMA2 0.75
(0.17)
4.40

SMA3 0.96
(0.21)
4.56

SMA4 1.10
(0.23)
4.81

SMA5 0.77
(0.18)
4.38

SGA1 1.17
(0.24)
4.95

SGA2 1.19
(0.25)
4.80

SGA3 1.20
(0.25)
4.80

SGA4 1.24
(0.26)
4.82

SGA5 0.96
(0.20)
4.79

PENGARUH SCATERHADAP SGA MELALUI SVC SCP DAN SMA
Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of KSI on ETA

	SCA
SVC	1.00
SCP	0.95
SMA	0.85
SGA	0.88

Standardized Indirect Effects of KSI on ETA

	SCA
SVC	- -
SCP	- -
SMA	- -
SGA	0.88

Standardized Total Effects of ETA on ETA

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC	- -	- -	- -	- -
SCP	- -	- -	- -	- -
SMA	- -	- -	- -	- -
SGA	-0.62	0.66	1.00	- -

Standardized Total Effects of ETA on Y

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC1	0.14	- -	- -	- -
SVC2	0.19	- -	- -	- -
SVC3	0.17	- -	- -	- -
SVC4	0.11	- -	- -	- -
SVC5	0.19	- -	- -	- -
SCP1	- -	0.20	- -	- -
SCP2	- -	0.16	- -	- -
SCP3	- -	0.17	- -	- -
SCP4	- -	0.13	- -	- -
SCP5	- -	0.16	- -	- -
SMA1	- -	- -	0.14	- -
SMA2	- -	- -	0.13	- -
SMA3	- -	- -	0.17	- -
SMA4	- -	- -	0.20	- -
SMA5	- -	- -	0.14	- -
SGA1	-0.13	0.14	0.21	0.20
SGA2	-0.13	0.14	0.21	0.21
SGA3	-0.13	0.14	0.21	0.21
SGA4	-0.13	0.14	0.22	0.22
SGA5	-0.10	0.11	0.17	0.17

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

	SVC	SCP	SMA	SGA

SVC1	0.61	- -	- -	- -
SVC2	0.80	- -	- -	- -
SVC3	0.78	- -	- -	- -
SVC4	0.64	- -	- -	- -
SVC5	0.72	- -	- -	- -
SCP1	- -	0.81	- -	- -
SCP2	- -	0.81	- -	- -
SCP3	- -	0.89	- -	- -
SCP4	- -	0.58	- -	- -
SCP5	- -	0.66	- -	- -
SMA1	- -	- -	0.61	- -
SMA2	- -	- -	0.65	- -
SMA3	- -	- -	0.72	- -
SMA4	- -	- -	0.86	- -
SMA5	- -	- -	0.65	- -
SGA1	-0.58	0.62	0.94	0.93
SGA2	-0.51	0.55	0.83	0.83
SGA3	-0.51	0.55	0.83	0.83
SGA4	-0.52	0.56	0.84	0.84
SGA5	-0.51	0.55	0.83	0.82

Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC1	- -	- -	- -	- -
SVC2	- -	- -	- -	- -
SVC3	- -	- -	- -	- -
SVC4	- -	- -	- -	- -
SVC5	- -	- -	- -	- -
SCP1	- -	- -	- -	- -
SCP2	- -	- -	- -	- -
SCP3	- -	- -	- -	- -
SCP4	- -	- -	- -	- -
SCP5	- -	- -	- -	- -
SMA1	- -	- -	- -	- -
SMA2	- -	- -	- -	- -
SMA3	- -	- -	- -	- -
SMA4	- -	- -	- -	- -
SMA5	- -	- -	- -	- -
SGA1	-0.13	0.14	0.21	- -
SGA2	-0.13	0.14	0.21	- -
SGA3	-0.13	0.14	0.21	- -
SGA4	-0.13	0.14	0.22	- -
SGA5	-0.10	0.11	0.17	- -

Completely Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	SVC	SCP	SMA	SGA
SVC1	- -	- -	- -	- -
SVC2	- -	- -	- -	- -
SVC3	- -	- -	- -	- -
SVC4	- -	- -	- -	- -
SVC5	- -	- -	- -	- -
SCP1	- -	- -	- -	- -
SCP2	- -	- -	- -	- -
SCP3	- -	- -	- -	- -
SCP4	- -	- -	- -	- -
SCP5	- -	- -	- -	- -
SMA1	- -	- -	- -	- -
SMA2	- -	- -	- -	- -
SMA3	- -	- -	- -	- -
SMA4	- -	- -	- -	- -
SMA5	- -	- -	- -	- -
SGA1	-0.58	0.62	0.94	- -
SGA2	-0.51	0.55	0.83	- -
SGA3	-0.51	0.55	0.83	- -
SGA4	-0.52	0.56	0.84	- -
SGA5	-0.51	0.55	0.83	- -

Standardized Total Effects of KSI on Y

	SCA
SVC1	0.14
SVC2	0.19
SVC3	0.17
SVC4	0.11
SVC5	0.19
SCP1	0.19
SCP2	0.15
SCP3	0.16
SCP4	0.12
SCP5	0.15
SMA1	0.12
SMA2	0.11
SMA3	0.15
SMA4	0.17
SMA5	0.12
SGA1	0.18

SGA2	0.18
SGA3	0.18
SGA4	0.19
SGA5	0.15

Completely Standardized Total Effects of KSI on Y

	SCA

SVC1	0.60
SVC2	0.79
SVC3	0.77
SVC4	0.64
SVC5	0.71
SCP1	0.77
SCP2	0.77
SCP3	0.85
SCP4	0.56
SCP5	0.63
SMA1	0.52
SMA2	0.56
SMA3	0.61
SMA4	0.73
SMA5	0.55
SGA1	0.82
SGA2	0.73
SGA3	0.73
SGA4	0.74
SGA5	0.72

Time used: 0.313 Seconds

LAMPIRAN 10.

Responden yang budiman,

Saya adalah staff edukasi Fakultas Bisnis bidang Pemasaran di **Unika WIDYA MANDALA Surabaya**, yang sedang meneliti mengenai **KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN UNTUK MENGATASI MASALAH SOSIAL MELALUI PENCIPTAAN NILAI BERKELANJUTAN DI INDONESIA pada PRODUK USAHA KECIL MENENGAH INDONESIA**.
Saya ingin meneliti sejauh mana KEUNGGULAN BERSAING PRODUK LOKAL INDONESIA yang DI BUAT OLEH PERUSAHAAN KECIL MENENGAH dapat mengatasi kesenjangan sosial melaui STRATEGI PENCIPTAAN NILAI BERKELANJUTAN, terutama pada produk UKM Bapak/Ibu/Saudara sekalian.
Tujuan penelitian ini hanya bersifat untuk pengembangan ilmu strategi dan pemasaran, dan tidak bermaksud personal apapun. Informasi yang anda sampaikan akan aman, dan identitas anda tidak akan dipublikasikan. Atas kerjasama dan perhatiannya, peneliti mengucapkan banyak terimakasih.
Berikut ini adalah daftar pertanyaan yang kami buat untuk kepentingan pengembangan UKM di Indonesia. Mohon Bapak/Ibu/ Saudara amati dengan seksama. Selanjutnya isilah beberapa pertanyaan berikut ini.

INSTRUKSI: BERIKANLAH TANDA SILANG "X" PADA JAWABAN YANG ANDA PILIH.

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

REPUTASI UKM

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah Anda memproduksi produk-produk UKM di Indonesia		
2.	Apakah Anda memproduksi minimal rata-rata 15 produk UKM dalam sebulan		

KETERANGAN IDENTITAS RESPONDEN

No.	Informasi
1.	Nama
2.	Usia
3.	Lama UKM Berdiri
4.	Rata-rata jumlah pelanggan

A. KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (SCA)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Perusahaan memiliki keungulan produksi					
2.	Terdapat ketidakstabilan pada struktur bisnis					
3.	Terdapat kompleksitas koordinasi					
4.	Perusahaan memiliki patents ataupun merek dagang lainnya					
5.	Terdapat skala ekonomis					

B. PENCIPTAAN NILAI BERKELANJUTAN (SVC)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Terdapat keunggulan konsumen					
2.	Terdapat diferensiasi					
3.	Konsumen lebih menyukai produk perusahaan tetap kompetitif					
4.	Banyak atribut produk yang dipertimbangkan konsumen					
5.	Konsumen dapat menggunakan produk untuk trial (coba-coba)					

C. PERIODE KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (SCP)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Terdapat siklus persaingan					
2.	Perusahaan menikmati pengembalian berkisar pada biaya modal					
3.	Tingkat pengembalian modal selalu meningkat					
4.	Investasi selalu meningkat					
5.	Pangsa pasar cenderung meningkat					

D. KEUNGGULAN PEMASARAN BERKELANJUTAN (SMA)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk perusahaan mampu membuat konsumen membayar lebih					
2.	Konsumen memiliki ikatan emosional dengan produk					
3.	Konsumen percaya pada produk					
4.	Produk menunjukan status sosial yang lebih baik					
5.	Biaya pemasok dapat di kurangi karena reputasi produk					

E. KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN GLOBAL (SGA)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Industri rentan terhadap kemajuan teknologi					
2.	Teknologi baru mempercepat perbaikan produk					
3.	Teknologi membantu memenuhi kebutuhan pasar					
4.	Perusahaan memiliki posisi mantap dalam dekade terakhir					
5.	Terdapat integrasi industri					

INTELLIGENCE ENTREPRENEURSHIP (ENTRE Q) TO IMPROVE COMPETITIVENESS OF SMEs

Ninuk Muljani[1)]
P.Julius F. Nagel[1)]
Email: juliusnagel@ymail.com
ninuk2011@yahoo.co.id
[1)]Widya Mandala Catholic University, Surabaya

ABSTRACT

Intelligence entrepreneurship (entrepreneurial intelligence or Entre-Q) as part of self-management, that is how we can control our lives, financially, emotionally, socially and spiritually better off today and in the future. MSME!!! A term that can not be separated from the economic development of Indonesia. One important issue that is facing Indonesia today is the problem of unemployment and poverty. Sector Micro Small and Medium Enterprises (MSME) is promoted as one of Indonesia's economic development agenda. SME sector proved resilient during the economic crisis and the multidimensional crisis in 1998, while the business actually fallen by the economic crisis. Empowering SMEs to be very strategic because of its potential to drive huge economic activities, as well as a foundation of income most people of Indonesia. How to fall up the secret of success of micro small and medium enterprises (SMEs)? How to develop the entrepreneurial spirit? What are the criteria of a successful entrepreneur? What is the advantage of SMEs?
Keywords: *Sense of entrepreneurship, SMEs.*

ABSTRAK

Kecerdasan kewirausahaan *(entrepreneurial intelligence* atau *Entre-Q)* sebagai bagian dari manajemen diri, yaitu bagaimana kita dapat mengendalikan kehidupan kita, secara finansial, emosional, sosial dan spiritual baik dimasa kini maupun di masa depan. UMKM!!! Sebuah istilah yang tidak bisa dilepaskan dari pembangunan ekonomi Indonesia. Salah satu isu penting yang masih dihadapi bangsa Indonesia saat ini adalah masalah pengangguran dan kemiskinan. Sektor Usaha Kecil Mikro dan Menengah **(UMKM)** dipromosikan sebagai salah satu agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor UMKM terbukti tangguh ketika terjadi krisis ekonomi dan krisis multidimensi tahun 1998, sedangkan usaha justru tumbang oleh krisis ekonomi. Pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus menjadi tumpuan pendapatan sebagian besar masyarakat Indonesia. Bagaimana jatuh bangun rahasia sukses usaha mikro kecil menengah (UMKM)? Bagaimana mengembangkan jiwa entrepreneur? Apa kriteria entrepreneur yang sukses? Apa keunggulan dari UMKM?

Kata kunci: Kecerdasan kewirausahaan, UMKM.

PENDAHULUAN

UMKM!!! Sebuah istilah yang tidak bisa dilepaskan dari pembangunan ekonomi Indonesia. Salah satu isu penting yang masih dihadapi bangsa Indonesia saat ini adalah masalah pengangguran dan kemiskinan. Dari sisi ekonomi, pengangguran merupakan produk dari ketidakmampuan pasar kerja dalam menyerap angkatan kerja. Ketersediaan lapangan kerja yang relatif terbatas, tidak mampu menyerap para pencari kerja yang setiap tahun bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Tingginya angka pengangguran tidak hanya menimbulkan masalah di bidang ekonomi, melainkan juga menimbulkan masalah di bidang sosial seperti kemiskinan, kebodohan, dan juga kerawanan sosial.

Sejalan dengan itu, selama **periode 2004 s/d 2014**, kinerja pemerintah melalui Kabinet Indonesia Bersatu I dan dilanjutkan Kabinet Indonesia II dalam meningkatkan **pertumbuhan ekonomi sekitar 5,1% tahun 2004 menjadi 5,3% tahun 2009** dan **proyeksi** pada **tahun 2014 sekitar 7%**. Tingkat **Pengangguran**, pada **tahun 2004 sekitar 9,9% menurun** menjadi **7,87% tahun 2009** dan **diproyeksi turun** menjadi **5-6%**, sedangkan **angka kemiskinan** yang pada **tahun 2009** dan **diproyeksi** menjadi sekitar **8-10% pada tahun 2014** nanti.

Data BPS Agustus tahun 2009, **jumlah penduduk Indonesia** mencapai **231,83 juta** orang dengan jumlah **penduduk usia kerja** sebesar **169,33 juta** orang dan jumlah **penduduk usia kerja** sebesar **113,83 juta** orang serta **yang bekerja** sebanyak **104,87 juta** orang (*fulltimer* dan paruh waktu), sedangkan yang masih belum bekerja atau **menganggur** sebanyak **8,96 juta** orang atau sekitar **7,87%** dari total angkatan kerja. Diantara **pengangguran** tersebut yang mempunyai latar belakang **perguruan tinggi atau sarjana** sejumlah **626.621 orang** atau **6,99%**. Sedangkan mereka yang bekerja penuh dan yang setengah menganggur tersebut, sebagian besar atau lebih dari **97,1% bekerja pada unit 51,26 juta unit atau 99,91%** dari jumlah pelaku usaha di Indonesia dan memberikan sumbangan terhadap **PDB sebesar Rp 2.609,4 triliun atau 55,6%, Penyerapan Tenaga Kerja 91,8 Juta (97,33%) dan Kontribusi ekspor nonmigas Rp 142,8 Triliun (20%)**. Fenomena tersebut menunjukkan betapa strategisnya peranan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam menanggulangi kemiskinan dan pengangguran.

Berkaitan dengan itu, Kementerian Koperasi dan UMKM telah mengambil langkah strategis dengan mengembangkan metode *one village one product* (OVOP) di Indonesia. Metode OVOP ini diharapkan dapat berhasil mendongkrak perekonomian Indonesia pada masa-masa mendatang, hal ini sangat dimungkinkan karena Jepang damn Thailand telah berhasil menggenjot industri kreatifnya melalui metode OVOP pula. Sektor pertanian melalui

sub Agroindustri memiliki peluang besar untuk menambah kontribusi UMKM dalam pembangunan bangsa. Selain karena potensi sumber daya alam yang melimpah dan pasar yang begitu besar, agroindustri memiliki peran besar bagi pembangunan karena banyaknya sumberdaya manusia yang terlibat di dalamnya. (Sutrisno, Joko. 2011)

Permasalahan

Pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus menjadi tumpuan pendapatan sebagian besar masyarakat Indonesia. Bagaimana jatuh bangun rahasia sukses usaha mikro kecil menengah (UMKM)? Bagaimana mengembangkan jiwa entrepreneur? Apa kriteria entrepreneur yang sukses? Apa keunggulan dari UMKM?

METODE PENELITIAN

Metode riset sekunder (secondary research) menggunakan data riset yang telah dikumpulkan oleh orang lain dan dilaporkan dalam buku, artikel dalam jurnal profesional, atau sumber dari internet.

PEMBAHASAN

Mengembangkan Jiwa Entrepreneur (Aden, 2011). Sebagai seorang professional muda, jiwa entrepreneur perlu kita kembangkan. Mengembangkan bisnis sendiri sekaligus meneliti karier di perusahaan bisa dijalankan bersamaan, asalkan kita cerdas memaksimalkan potensi.

Sebagai profesional muda, kita harus menentukan goal perjalanan karier kita. Namun, kita juga bisa menggali jiwa intrepreneur dalam diri kita. Mengelola bisnis sendiri sekarang sudah lumrah. Kalau itu untuk memaksimalkan potensi diri, perlu kita perhatikan tidak hanya modal finansial, tetapi juga modal non-finansial. Yang dimaksud dengan modal non-finansial adalah jiwa *entrepreneur* dalam diri kita cukup baik ataukah memulai bisnis karena emosional disebabkan tertekan bekerja di bawah kendali orang lain? Sebelum membangun sebuah usaha, ada baiknya kita mempelajari kiat-kiat berikut ini.

Hal-hal Penting Sebelum Berwirausaha (Aden, 2011)

1. Memiliki pertimbangan matang. Cobalah melihat analisis SWOT *"Strength, Wrakness, Opportunity, and Treat".* Keempat kriteria ini harus selalu mendasari setiap keputusan, termasuk memulai bisnis sendiri.

2. Berani ambil resiko. Perlu keberanian yang terluar biasa untuk berwirausaha. Jadi, jangan langsung tergiur untung besar. Yang penting and mau kerja keras.

3. Mampu membangun *partnership* dan mitra yang baik. Apalagi jika anda memulai bisnis adalah membangun *partnership* dan mitra bisnis. Hal ini bisa kita dapatkan dengan mengembangkan pergaulan di kantor atau juga di kehidupan sosial secara umum.

4. Libatkan orang yang anda percayai, misalkan keluarga sendiri. Apakah jika anda memulai bisnis dengan modal yang tidak besar. Melibatkan keluarga akan

memperkecil resiko karena anda sudah lebih kenal, jadi bisa lebih percaya. Namun, kita harus tetap profesional. Kita perlu selidiki anggota keluarga tersebut apakah ia memiliki kriteria yang kita harapkan atau tidak.

Sambil Berwirausaha. Bagaimana kita membagi waktu bila masih bekerja di sebuah perusahaan dan memiliki tanggung jawab, sementara harus mengendalikan perusahaan sendiri? Kedua bidang ini tidak boleh ada yang dikorbankan. Jam berapa kita harus bekerja di perusahaan, lakukan yang terbaik. Lalu sisa waktu kita gunakan untuk mengendalikan bisnis sendiri.

Wirausahawan yang Expert di Segala Bidang. Seorang profesional eksekutif tidak perlu mengetahui segala bidang dengan detail, tetapi cukup bisa membacanya. Kalau seorang wirausaha yang memimpin segala bidang harus *expert* dalam segala hal, misalnya dalam pembukuan, komputer, komunikasi dan *publik relation*, itu *wasting time*. Kita tidak punya waktu untuk mempelajari dan melakukan semuanya. Tetapi jangan sampai kita tidak bisa membaca bidang tersebut. Kalau tidak bisa membaca, kelemahan kita akan bisa dimanfaatkan orang lain. Misalnya, komputerisasi. Mungkin kita tidak terlalu *expert* dengan *software*, tetapi kita tahu bahwa sekarang ada sistem baru. Kita hanya perlu *expert* dalam satu bidang dan cukup "tahu" bidang lainnya.

Santun Berwirausaha. Semua wirausaha awalnya pasti selalu dimulai dengan belajar. Bisa dengan melihat-lihat usaha orang lain, bisa juga dengan belajar lewat buku. Seorang *entrepreneur* sejati tidak berhenti untuk belajar. Dunia bisnis selalu berubah dengan sangat secepat. Bisa jadi, bisnis produk tertentu tahun ini *booming*, tapi tahun depan malah anjlok. Jadi, kita perlu jeli melihat peluang. Namun kita perlu tahu aturan juga. Tidaklah etis jika kita meniru produk orang lain atau mencatut merek dagang mereka. Kreatiflah mencari cara-cara baru mengembangkan bisnis, tapi jangan sampai memakai segala cara hanya untuk meraup keuntungan. Berbisnis sendiri berarti kita harus siap bekerja keras dan tidak mudah menyerah. Kita pun harus berani melihat kelemahan diri dan disiplin untuk meningkatkan diri. Jadi, teruslah meningkatkan kemampuan.

"Entrepreneurial Intelligence (Entre Q)". Kecerdasan kewirausahaan *(entrepreneurial intelligence* atau *Entre-Q)* sebagai bagian dari manajemen diri, yaitu bagaimana kita dapat mengendalikan kehidupan kita, secara finansial, emosional, sosial dan spiritual baik dimasa kini maupun dimasa depan. Itulah yang perlu dibenahi serta mencoba mengubah pola pikir dan pola tindak kita dalam membangun sikap dan perilaku *entrepreneur* dalam diri kita. *Entre-Q* didefinisikan dalam bahasa inggris sebagai *"the spirit and ability to create added value from the implementation of creativity and personal strengths into a sustainable and profitable venture,"* yaitu dorongan dan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan kreativitas dan

kekuatan pribadinya menjadi sebuah usaha atau bisnis yang bisa memberi nilai tambah bagi dirinya. Dengan kata lain, kecerdasan berwirausaha *(Entrepreneurial Intelligence)* adalah kemampuan seseorang dalam mengenali dan mengenali dan mengelola diri serta berbagi peluang maupun sumber daya di sekitarnya secara kreatif untuk menciptakan nilai tambah maksimal bagi dirinya secara berkelanjutan.

Kecerdasan wirausaha *(entrepreneurial intelligence)* bukan sekedar keterampilan membangun bisnis semata, tetapi lebih dari itu adalah sebuah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreativitas dan inovasi yang bertujuan untuk senantiasa memberikan nilai tambah dari setiap sumber daya yang kita miliki. Setiap kita dapat menjadi *entrepreneur* yang sukses dan mencapai kemapanan finansial untuk meraih semua impian-impian kita. Setiap kita diciptakan Tuhan untuk memiliki kehidupan terbaik serta memberi manfaat bagi dunia di sekitar kita. Tuhan telah memberikan anugerah yang luar biasa kepada manusia, yaitu : kesadaran diri, imajinasi, hati kecil *(conscience)*, dan kehendak bebas untuk menyadari keberadaan dan misi hidup kita serta mengambil keputusan untuk menjadi apa pun yang kita, serta mengambil keputusan untuk menjadi apapun yang kita impikan. Jika kita memilih untuk menjadi *entrepreneur* yang sukses, hal pertama yang perlu kita miliki adalah keyakinan dan keberanian untuk memulai langkah pertama kita, keluar dari zona kenyamanan kita dan mulai mengubah diri (transformasi) melalui serangkaian kebiasaan-kebiasaan baru menjadi seorang *entrepreneur*. Karena kita tidak bisa mengharapkan hasil yang berbeda dengan melakukan hal-hal yang sama berulang-ulang. Kita harus memiliki keberanian untuk mengambil langkah pertama dan senantiasa fokus kepada impian kita. Untuk berubah menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses, ada sepuluh kebiasaan yang perlu kita lakukan dalam kehidupan kita sehari-sehari, yaitu :

1 : Find Your Purpose and Dream All the Time. Sukses adalah sebuah perjalanan, bukan tujuan. Setiap saat kita mencapai target, goal atau impian kita, maka segeralah membuat impian-impian baru yang dapat memacu kita dan memberi semangat serta antusiasme untuk mencapainya.

2 : Never ending Innovation. Kebiasaan kedua adalah inovasi tiada henti. Seorang *entrepreneur* harus segera menterjemahkan impian-impiannya menjadi inovasi untuk pengembangan bisnisnya.

3 : Learn, Change and Grow. Kebiasaan ketiga yang sangat penting bagi seorang *entrepreneur* adalah senantiasa belajar. Kehidupan ini penuh dengan berbagai peluang dan kesempatan untuk kemajuan, penyempurnaan dan pertumbuhan.

4: Accumulate Your Assets. Tujuan akhir menjadi seorang *entrepreneur* bukanlah menjadi *business owner* maupun investor. Tujuan akhirnya adalah mencapai kebebasan finansial serta dapat meraih impian-impian kita. Ingat bahwa *entrepreneur* bukanlah profesi ataupun pekerjaan.

5 : Use Leverage Concept to Build Your Business. Seorang *entrepreneur* yang cerdas harus mampu menggunakan tenaga dan waktu orang lain untuk mencapai impiannya.

6 : Nurture, equip, Develop Your People. Untuk mampu menggunakan waktu dan tenaga orang lain mengelola dan mengembangkan bisnis kita, seorang *entrepreneur* harus memiliki kemampuan dan *passion* untuk mengembangkan orang-orang disekelilingnya.

7 : Systemize Your Bussiness. Sebuah usaha baru dapat dikatakan *entrepreneur* ketika sudah dapat membangun sistem bisnis yang efektif fan efisien.

8 : Build Network and Alliances. Yang paling penting untuk memulai segala sesuatu dari nol adalah dengan adanya jaringan. Kita membangun dan memiliki jaringan yang cukup kuat untuk membantu baik dari segi peluang bisnis, modal, maupun akses pada Pemerintah.

9 : Be a Smart Investor. Salah satu kekuatan *entrepreneur* yang cerdas dan sukses adalah kemampuannya untuk mengelola portofolio asetnya sehingga senantiasa berkembang dan bertambah banyak.

10 : The Power of Giving : Give and be Grateful. Kebiasaan kesepuluh seorang entrepreneur sejati adalah beramal dan mengucap syukur. Tuhan telah menciptakan alam semesta dengan segala kelimpahannya untuk kita syukuri dan nikmati. (Aden, 2011)

Sektor Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) dipromosikan sebagai salah satu agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor UMKM terbukti tangguh ketika terjadi krisis ekonomi dan krisis multidimensi tahun 1998, sedangkan usaha justru tumbang oleh krisis ekonomi. Pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus menjadi tumpuan pendapatan sebagian besar masyarakat Indonesia. Eksistensi dan peran UMKM di Indonesia pada tahun 2010 mencapai 51,3 juta unit atau 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia tahun 2011 sebesar 56,6% dan menyerap 97% dari tenaga kerja nasional. UMKM juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai ekspor nasional, menambah devisa negara, investasi nasional, dan pemerataan pendapatan (Yoga, 2011 dalam (Lantum et.al 2012).

UMKM yang memiliki porsi terbesar yaitu UMKM yang terkait dengan industri makanan dan minuman. Sektor ini membentuk rantai makanan berupa pemasok, sediaan, proses, dan output (makanan dan minuman). Industri pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan menyumbang bahan baku untuk pembuatan makanan dan minuman. Selanjutnya, industri perdagangan, hotel, dan restoran menjual makanan dan minuman siap saji, hasil pengolahan minuman siap saji dan industri hulu. Sektor makanan dan minuman memiliki proporsi unit usaha UMKM lebih dari 80% (Afiah, 2009 dalam (Lantum et.al 2012).

UMKM dapat menjadi tumpuan negara Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif bagi bangsa Indonesia melalui pengembangan industri kreatif nasional. Keunggulan kompetitif dapat tercipta apabila terdapat kesepadanan antara *distinctive competencies* dari suatu unit bisnis dengan faktor-faktor untuk sukses dalam industri yang memungkinkan unit bisnis tersebut mengungguli pesaingnya (Utama, 2003). Keunggulan kompetitif dapat tercapai jika suatu unit bisnis menerapkan strategi efisiensi biaya sehingga unit bisnis tersebut dapat menawarkan pada harga yang lebih rendah daripada pesaing. Keunggulan produk juga dapat dicapai apabila suatu unit usaha bisnis menerapkan strategi diferensiasi produk sehingga konsumen mempunyai persepsi tentang keunikan dan kekhasan daya tarik produk yang membenarkan harga tinggi.

UMKM dan Keunggulannya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan Pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam Undang tersebut dijelaskan bahwa Kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro dengan jumlah asset maksimum Rp 50 Juta omzet maksimum Rp 300 juta. Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dengan asset lebih dari Rp 50juta sampai Rp 500 juta dan omzet lebih besar dari Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan asset lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 miliar dan omzet lebih dari Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar.

Selain berdasarkan Undang-undang tersebut, UMKM juga dapat dikelompokkan dengan kriteria berikut ini :

1. *Livelihood activities* yaitu UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima. Pelaku usaha kelompok ini tidak memiliki jiwa *entrepreneurship*. Di Indonesia, jumlah UMKM in] termasuk kategori paling besar jika dibandingkan dengan kategori lainnya.

2. *Micro Enterprise* yaitu UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UMKM ini di Indonesia juga relatif besar.

3. ***Small Dynamic Enterprise*** merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. Jika kelompok ini mendapat pembinaan secara intensif maka sebagian dari kelompok ini akan berpindah ke kategori keempat. Jumlah UMKM kelompok ini jauh lebih kecil daripada jumlah UMKM yang masuk kategori satu dan dua.

4. ***Fast Moving Enterprise*** merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

UMKM menempati posisi strategik dalam perekonomian di Indonesia. Pada tahun 2011, dari segi penyerapan tenaga kerja, sekitar 97% bekerja pada sektor UMKM. Eksistensi UMKM telah menampung tenaga kerja yang tidak terserap ke dalam dunia kerja formal. Sektor UMKM telah terbukti tangguh dan mampu bertahan pada saat terjadi krisis ekonomi tahun 1998. Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa UMKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena: 1) UMKM tidak memiliki utang luar negeri; 2) UMKM tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable;* 3) UMKM menggunakan *input* lokal; 4) UMKM berorientasi ekspor.

Pada tahun 2010, perusahaan berskala UMKM sebanyak 51,3 juta unit usaha atau 99,99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Pada tahun 2011, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto mencapai 56,6% dan menyerap 97% dari tenaga kerja nasional. Namun, sebanyak 91% UMKM melakukan kegiatan ekspor melalui pihak ketiga eksportir/pedagang perantara dan hanya 8,8% yang berhubungan langsung dengan pembeli/importir di luar negeri (Yoga, 2011 dalam (Lantum et.al 2012).

Ada beberapa keunggulan UMKM dibandingkan usaha besar antara lain:

1. Inovasi teknologi mudah dilakukan dalam upaya pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab terjalin dalam usaha kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapan tenaga kerja cukup tinggi.
4. Memilik fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat.
5. Terdapat manajerial yang dinamis dan peran kewirausahaan.

Dari keunggulan-keunggulan tersebut, yang paling menonjol adalah adanya kemampuan penyerapan tenaga kerja. UMKM lebih fleksibel daripada USB (Unit Skala Besar). Hal ini terjadi karena pengambilan keputusan dan inovasi pada USB sering terhambat oleh birokrasi yang kaku.

Peran Strategik UMKM. UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian riil Indonesia. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Data dari BPS 2012 menunjukkan

bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia tahun 2011 sebesar 56,6% dan menyerap 97% dari tenaga kerja nasional. UMKM juga berkontribusi dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspor sebesar 27.700 milyar dan menciptakan peranan 4,86% terhadap total ekspor (Yoga, 2011). Kontribusi UMKM terhadap devisa negara tersebut jauh lebih kecil daripada kontribusi usaha besar, sehingga UMKM lebih diberdayakan. UMKM juga berperan dalam pembentukan investasi nasional. Investasi UMKM mengalami peningkatan dari waktu ke waktu selama periode 2000 - 2011. Berdasarkan laporan statistik usaha kecil menengah pada berbagai edisi antara tahun 2000-2011, dapat diketahui bahwa tahun 2000 investasi UMKM sebesar Rp 133,08 triliun dan meningkat menjadi Rp 275,27 triliun pada tahun 2005. Selain itu UMKM juga berkortribusi dalam upaya pemerataan pendapatan masyarakat Indonesia. Eksistensi UMKM dapat meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat yang berkecimpung di sektor UMKM baik sebagai pemilik usaha maupun sebagai karyawan. (Lantum et.al , 2012)

Rahasia Sukses Usaha Mikro Kecil (Sasmito, Edy.2010). Jatuh bangun dalam menjalankan usaha hampir pasti pernah dialami setiap wirausaha atau pengusaha. Jangkauan seorang pengusaha besar pun pasti pernah mengalami kesulitan bahkan mungkin pernah nyaris bangkrut. Semua itu karena perjalanan bisnis memang tidak selalu linier.

Seorang dikatakan sebagai wirausaha karena dia mampu melihat peluang pikiran bisnis *(opportunity)*, berani mengambil risiko dengan menginvestasikan modal, pikiran, waktu dan tenaga. Dari semua aktivitas itu, harapannya akan memperoleh keuntungan atau profit.

Dalam proses bisnis itu dia akan menghadapi banyak kemungkinan, seperti produknya tidak laku di pasar, harga bahan baku melonjak, pembayaran macet atau ditipu mitra usaha. Juga ada resiko dari faktor eksternal seperti krisis keuangan yang mengakibatkan bunga pinjaman melonjak sehingga utangnya jadi melambung.

Namun di balik semua itu, semua wirausahawan berpotensi memperoleh profit dan usahanya berkembang. Mereka juga bisa memiliki aset yang nilainya terus tumbuh. Pada akhirnya mereka bahkan bisa membeli sebuah usaha tanpa menggunakan uang sendiri alias mendapat pinjaman sari kreditur. Namun untuk mencapai tahap tersebut, seorang wirausaha mesti melampaui tahap-tahap dan proses pembelajaran.

Berikut adalah contoh wirausahawan yang umumnya merintis dari bawah, mengalami jatuh bangun dan kini mengembangkan usahanya dengan mendapat dukungan dari Unit Layanan Modal Mikro (UlaMM) PT Permodalan Madani (Persero). Harapannya, ke depan bisnis mereka akan terus tumbuh, pasarnya semakin besar dan bisa membangun sistem manajemen dan tata kelola perusahaan yang baik.

H. Mukhsin & Hj Iin
Juragan *Peuyeum*dari Purwakarta

H. Mukhsin dan Hj. Iin menjalankan usaha produksi peuyeum di Purwakarta. Dibantu 20 orang karyawan, setiap hari mereka memproduksi peuyeum berkisar 3 – 5 ton dengan harga Rp 3.500 per kg, sehingga omset sehari berkisar Rp 10,5 juta – Rp 17,5 juta.

Soedarto
Terkena PHK Sukses Jadi Juragan Rempeyek

Soedarto merasa terpukul saat diberhentikan dari perusahaan tempatnya bekerja. Lalu dia menjadi penjual lepas rempeyek tetangganya. Melihat potensinya bagus, dia akhirnya memproduksi rempeyek sendiri. Kini produksinya perhari 4.000 plastik atau satu ton senilai Rp 2,8 juta. Rahasia sukses pemasarannya adalah konsep door to doornya.

Ahmad Shoim
Pembuat Produk souvenir di Magelang

Ahmad shoim semula penjual barang kerajinan di emperan toko dan pasar. Di kemudian hari ternyata dia justru berhasil menjadi pembuat barang keajinan souvenir gantungan kunci dan alat pijat. Kini produknya dibeli oleh tiga pedagang, yaitu seorang di pasar Beringharjo Yogyakrta dan dua orang di jakarta. Omset penjualannya sebulan berkisar Rp 60 juta.

Haji Buldan
Pengusaha Topi dari Bandung

Keterampilan membuat topi diperoleh dari membantu orang tuanya. Kini Buldan menjadi salah satu perajin topi yang disegani di Bandung yang produksinya banyak dibeli pelanggan dari kota-kota lain di Indonesia.

Amirul Sinaga
Sukses Menjadi Distributor Terigu

13 Tahun lalu Amirul Sinaga merantau ke Batang, Jawa Tengah, dari kampungnya di Medan. Memulai usaha berjualan minyak goreng dengan modal Rp 250.000 kini dia sukses menjadi distributor tepung terigu Sari Boga untuk wilayah Batang dan Pekalongan dengan omset miliaran rupiah per bulan.

Cadesi
Pengusaha Pedesan Entog Khas Indramayu

Tidak mau mengikuti rumah makan yang lain, Cadesi memilih daging entog menjadi menu utama di rumah makannya. Tanpa saingan, dia melenggang menjadi satu-satunya penjual pedesaan entog di daerah Indramayu.

KESIMPULAN

Kecerdasan kewirausahaan *(entrepreneurial intelligence* atau *Entre-Q)* sebagai bagian dari manajemen diri, yaitu bagaimana kita dapat mengendalikan kehidupan kita, secara finansial, emosional, sosial dan spiritual baik dimasa kini maupun di masa depan.

Sektor Usaha Kecil Mikro dan Menengah **(UMKM)** dipromosikan sebagai salah satu agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia.

Pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis karena

potensinya yang besar untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus menjadi tumpuan pendapatan sebagian besar masyarakat Indonesia.

Jatuh bangun dalam menjalankan usaha hampir pasti pernah dialami setiap wirausaha atau pengusaha. Jangkauan seorang pengusaha besar pun pasti pernah mengalami kesulitan bahkan mungkin pernah nyaris bangkrut. Semua itu karena perjalanan bisnis memang tidak selalu linier.

Sebagai seorang professional muda, jiwa entrepreneur perlu kita kembangkan. Mengembangkan bisnis sendiri sekaligus meneliti karier di perusahaan bisa dijalankan bersamaan, asalkan kita cerdas memaksimalkan potensi.

Untuk berubah menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses, ada sepuluh kebiasaan yang perlu kita lakukan dalam kehidupan kita sehari-sehari. Yaitu: 1 : Find Your Purpose and Dream All the Time. 2 : Never ending Innovation. 3 : Learn, Change and Grow. 4: Accumulate Your Assets. 5 : Use Leverage Concept to Build Your Business. 6 : Nurture, equip, Develop Your People. 7 : Systemize Your Bussiness. 8 : Build Network and Alliances. 9 : Be a Smart Investor. 10 : The Power of Giving : Give and be Grateful.

Ada beberapa keunggulan UMKM dibandingkan usaha besar antara lain:

1. Inovasi teknologi mudah dilakukan dalam upaya pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab terjalin dalam usaha kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapan tenaga kerja cukup tinggi.
4. Memilik fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat.
5. Terdapat manajerial yang dinamis dan peran kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Lantum, Alex Kahu & Y.M.V. Mudayen.2012.*Peran Strategik UMKM dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Nasional Melalui Pengembangan Industri Kreatif*. Disampaikan dalam Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis II Universitas Tarumanagara di Jakarta 18 September 2012.

R, Aden.2011.*Menjadi Raja Bisnis Metode dan Strategi Menaklukkan Dunia Bisnis*.Yogyakarta: Siklus.

Sasmito, Edy.2010.*Rahasia Sukses Pengusaha Tahan Banting Pengalaman Pelaku Usaha Mikro Kecil*.Jakarta: Jejaring Institute

Sutrisno, Joko.2011.*Prosiding Revitalisasi Peran UMKM Dalam Pembangunan Melalui Penguatan Sektor Agroindustri*.Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. ISBN 978-602-19392-0-8

ANALYSIS THE INFLUENCE OF ADVERSITY QUOTIENT NETWORKING AND CAPITAL THROUGH THE ENTERPRENEURIAL INTENTIONS OF UNSOED'S STUDENT

Siti Zulaikha Wulandari[1)]
Asteria Pudyantini [1)]
Yayat Giyatno[1)]
E-mail : zulaikhaw@hotmail.com
[1)]Lecturer of Economics Faculty in Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

The effect of entrepreneurship education has been considered as one of the important factors to develop the passion, spirit and entrepreneurial behavior among the younger generation. The purpose of this study was to determine the influence of Adversity Quotient, Capital and Networking effect on entrepreneurial intentions of students and test the greatest variable that influence entrepreneurial intentions of Unsoed students. The research is useful for strategic thinking for the university in determining the appropriate strategy to increase the entrepreneurial spirit among students and become one of the reference for other researchers to develop similar research. Target population in this research was the student listed in 8 (eight) faculties in Unsoed and the samples were determined using accidental sampling method. The results of the regression analysis were used to analyze the answers of 100 respondents, provide results that Adversity Quotient, Networking and Capital simultaneously and partially influence entrepreneurial intentions of Unsoed students and Capital is the most influential variable.

Keywords*: Emotional Intelligence, Organizational Culture, Attitude toward change*.

ABSTRAK

Pengaruh pendidikan kewirausahaan telah dianggap sebagai salah satu faktor penting untuk mengembangkan semangat, semangat dan perilaku kewirausahaan di kalangan generasi muda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Adversity Quotient, Modal dan efek Jaringan pada niat kewirausahaan mahasiswa dan menguji variabel terbesar yang mempengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa Unsoed. Penelitian ini berguna untuk pemikiran strategis bagi universitas dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian serupa.Target populasi dalam

penelitian adalah siswa yang tercantum dalam 8 (delapan) fakultas di Unsoed dan sampel ditentukan dengan menggunakan metode accidental sampling. Hasil analisis regresi digunakan untuk menganalisis jawaban dari 100 responden, memberikan hasil yang Adversity Quotient, Jaringan dan Modal secara simultan dan sebagian mempengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa Unsoed dan Modal adalah variabel yang paling berpengaruh.

Kata kunci: Kecerdasan Emosional, Budaya Organisasi, Sikap terhadap perubahan.

PENDAHULUAN

engaruh pendidikan kewirausahaan selama ini dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dan Walstad, 1998). Namun hasil penelitian wulandari (2011) menunjukkan bahwa lingkungan akademis ternyata tidak memberikan berpengaruh secara signifikan terhadap kewirausahaan mahasiswa. Pengaruh lebih besar justru ditunjukkan oleh variable personality atau kepribadian; khususnya *self efficacy*; dan variable pengalaman. Sebuah hasil penelitian menyebutkan bahwa Intensi kewirausahaan (Minat berwirausaha) merupakan prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, dapat menerima tantangan, percaya diri, kreatif dan inovatif serta mempunyai kemampuan dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhan. Intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha (Katz dan Gartner, 1988).

Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa faktor kepribadian seperti kebutuhan akan prestasi (McClelland, 1961; Sengupta dan Debnath, 1994) dan efikasi diri (Gilles dan Rea, 1999; Indarti, 2004) merupakan prediktor signifikan intensi kewirausahaan. Secara garis besar penelitian seputar intensi kewirausahaan dilakukan dengan melihat tiga hal, yaitu : karakteristik kepribadian; karakteristik demografis; dan karakteristik lingkungan. Menurut Indarti (2008) faktor-faktor penentu wirausaha sukses adalah : 1) faktor kepribadian: kebutuhan akan prestasi dan *self efficacy* (efikasi diri); 2) faktor lingkungan, yang dilihat pada tiga elemen kontekstual: akses kepada modal, informasi dan jaringan sosial; dan 3) faktor demografis: jender, umur, latar belakang pendidikan dan pengalaman bekerja

Faktor kepribadian dapat ditunjukkan dari beberapa variable seperti *self efficacy*, *risk taking*, kreativitas, inovasi, *locus of control* serta berbagai indikator kecerdasan seperti IQ, EQ, SQ dan yang terbaru adalah AQ (*Adversity Quotient*) atau AI (*Adversity Intteligent*). Penelitian

yang menguji pengaruh *Self efficacy, Risk taking propensity*, kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausaha telah banyak dilakukan. Namun penelitian mengenai pengaruh AQ masih jarang ditemukan. Paul G. Stoltz (2000) menjelaskan bahwa *Adversity Quotient* (kecerdasan menghadapi rintangan) mempunyai pengaruh terhadap kinerja, pengetahuan, kreativitas, produktivitas, motivasi, pengambilan risiko, dan kesuksesan dalam pekerjaan yang dihadapi.

Untuk dapat menjadi seorang wirausahawan, maka seseorang perlu memiliki kemampuan untuk terus bertahan dan berhasil melewati rintangan yang ada, terutama dalam menjalankan usahanya. Wirausahawan memerlukan sebuah ketahanan diri dan kemampuan untuk mengubah hambatan menjadi sebuah peluang keberhasilan mencapai tujuan. Setiap kesulitan merupakan rintangan, setiap rintangan merupakan suatu peluang dan setiap peluang harus disambut (Paul G. Stoltz, 2000). Individu yang memilki kecerdasan dalam menghadapi rintangan tinggi akan memiliki kemungkinan yang lebih besar dalam menghadapai rintangan yang tinggi (Stoltz, 2000) dalam (Wijaya, 2007). Wijaya (2007) juga menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara AQ dengan intensi wirausaha siswa yang menjadi responden dalam penelitiannya. Selain faktor personality, lingkungan juga mempengaruhi intensi wirausaha sesorang. Lingkungan mengacu pada tiga elemen kontekstual yaitu: akses kepada modal, informasi dan jaringan sosial.

Jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman saat ini dinilai masih rendah. Tidak banyak mahasiswa yang berani menjadikan wirausaha sebagai cita-cita utama mereka. Berdasarkan penelitian Wulandari (2008), dari 111 responden mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman, hanya 29,73% yang bercita-cita menjadi wirausaha selepas mereka kuliah nanti. Sementara itu 60,27% memilih untuk bekerja dan melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi. Rendahnya minat untuk menjadi wirausaha di kalangan mahasiswa Unsoed terutama disebabkan oleh faktor internal yaitu merasa tidak memiliki jiwa dan bakat wirausaha, faktor dukungan yaitu tidak adanya dukungan yang optimal dari perguruan tinggi terhadap mahasiswa yang berwirausaha serta kurangnya intergrated link antara perguruan tinggi dengan dunia usaha, faktor takut menghadapi resiko kegagalan, faktor keterbatasan modal dan faktor tidak ada dukungan dari kelurga untuk menjadi wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa untuk memunculkan intensi berwirausaha, maka antara lain diperlukan dukungan lingkungan sosial, modal dan juga keberanian untuk menghadapi tantangan, mengubah tantangan tersebut menjadi suatu peluang. Keberanian dan kemampuan tersebut dikenal dengan istilah *Adversity Quotient* (AQ) atau *Adversity Intelligent (*AI).

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bermaksud menganalisis pengaruh variabel lain yang membentuk intensi wirausaha, dengan mengacu pada pendekatan

yang dilakukan Indarti (2004) yang mengatakan bahwa intensi berwirausaha antara lain dipengaruhi oleh 1) faktor kepribadian (dalam penelitian ini digunakan AQ); dan 2) faktor lingkungan, yaitu akses modal dan jaringan social atau *networking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *AQ*, Modal dan Networking terhadap intensi wirausaha mahasiswa Unsoed dan mengetahui variabel manakah diantara *Adversity Quotient*, Modal dan Networking yang berpengaruh paling besar terhadap intensi wirausaha mahasiswa Unsoed.

Wirausaha Mahasiswa

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia (1996) wirausaha adalah *"Orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya".* Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan tindakan yang tepat guna dalam memastikan kesuksesan. (Ating, 2004:15) Pengertian Wirausaha lebih lengkap dinyatakan oleh Schumpeter, J.A. (1934) bahwa Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengen memperkenalkan barang dan jasa yang baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada. Dalam definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Menurut Drucker (1994) kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the news and different*). Menurut Sutanto (2002) kewirausahaan didefinisikan sebagai proses penciptaan sesuat yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertainya serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi. Namun demikian, istilah kewirausahaan dapat pula diartikan sebagai sikap dan perilaku mandiri yang mampu memadukan unsur cipta, rasa dan karsa serta karya atau mampu menggabungkan unsur kreativitas, tantangan, kerja keras dan kepuasan untuk mencapai prestasi maksimal sehingga dapat memberikan nilai tambah maksimal terhadap jasa, barang maupun pelayanan yang dihasilkan dengan mengindahkan sendi-sendi kehidupan masyarakat.

Upaya mendorong sarjana berwirausaha saat ini dilakukan oleh Depnakertrans melalui TKPMP, atau Depdiknas dengan Sarjana Penggerak Pembangunan Pedesaan (SP3). Namun program-program tersebut masih jauh dari sasaran. Setidaknya ada 3 (tiga) hambatan dalam menumbuhkan minat berwirausaha bagi lulusan PT. Pertama persoalan mindset bahwa menjadi sarjana adalah untuk mencari kerja bukan pencipta lapangan kerja. Berbeda dengan lulusan SLTA atau SLTP. Mereka

yang tidak mampu melanjutkan ke sekolah yang lebih tinggi, terpaksa membuka usaha sendiri. Maka tidaklah mengherankan bila banyak sarjana yang rela menyogok agar diterima menjadi pegawai negeri sipil. Masalah kedua adalah tidak adanya kesungguhan dari pemerintah baik pusat maupun daerah dalam menciptakan wirausahawan lulusan PT. Hal itu terlihat dari tidak adanya dorongan bagi sarjana agar berwirausaha, dukungan permodalan, networking dunia usaha. Masalah ketiga tentang kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi yang belum menjadi mata kuliah wajib.

Intensi (minat)

Menurut teori *planned behavior* (Azjen & Fishbein, 1980) intensi merupakan hasil dari bagaimana individu bersikap terhadap suatu objek, nilai-nilai yang ditekankan oleh lingkungan sosial, serta keyakinan diri untuk mencapai suatu kesempatan merealisasi dan perhitungan berhasilnya intensi tersebut. Minat adalah sikap yang membuat orang senang terhadap obyek, situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu. Pola-pola minat seseorang merupakan salah satu faktor yang menentukan kesesuaian orang dengan pekerjaannya. Minat orang terhadap jenis pekerjaannya pun berbeda-beda. Tingkat prestasi seseorang ditentukan oleh perpaduan antara bakat dan minat. (As'ad, 1995:7)

Minat berwirausaha yaitu kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan untuk menanggung macammacam resiko berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru, kesediaan untuk hidup hemat, kesediaan belajar dari kegagalan yang dialami. Jadi yang dimaksud minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta belajar dari kegagalan.

Lingkungan (*Networking* Dan Akses Modal)

Keberhasilan wirausaha tidak hanya ditentukan oleh karakteristik kepribadian semata melainkan juga ditentukan oleh lingkungan. Fakor lingkungan belum banyak diungkap dalam riset-riset kewirausahaan. Periset umumnya setuju bahwa faktor keberhasilan usaha dapat dikatagorikan menjadi tiga tipe yaitu: karakteristik kepribadian, demografi dan lingkungan, (Cheung, C K, Chow, Stephen, 2006). Riset yang dilakukan Taorimina Robert J; & Lao Mei Saami Kin; (2006) mengkaji sifat-sifat pribadi dan lingkungan pada tiga kategori responden (kelompok yg tidak ingin berwirausaha, kelompok yang sedang merintis wirausaha, kelompok yang sudah sukses berwirausaha). Hasil penelitiannya menemukan: 1). *Personality factors* terbukti memiliki kontribusi yang lebih signifikan pada kelompok yang sedang merancang & mempersiapkan diri menjadi wirausaha;sementara itu pada keloompok yang sudah melaksanakan bisnis dan yang sudah

sukses berwirausaha; kontribusi personality factors meskipun signifikan namun tidak tinggi. 2). *Environment factor* terbukti memiliki sumbangan yang lebih signifikan ketimbang personality factors. Terutama pada kelompok yang sedang merintis berwirausaha (42%) maupun pada kelompok wirausaha yang sukses (50%).

Taorimina Robert J; & Lao Mei Saami Kin; (2006) menyatakan berdasarkan hasil risetnya bahwa *environment factor* terbukti memiliki sumbangan yang lebih signifikan ketimbang *personality factors*. Terutama pada kelompok yang sedang merintis berwirausaha (42%) maupun pada kelompok wirausaha yang sukses (50%).

Definisi faktor lingkungan adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu (Alwi, 2002). Lingkungan dapat berupa tiga hal. Pertama, lingkungan alam, keadaan (kondisi, kekuatan) sekitar yang mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku organisasi. Kedua, lingkungan kebudayaan, keadaan sistem nilai budaya, adat istiadat dan cara hidup masyarakat yang mengelilingi kehidupan seseorang. Ketiga, lingkungan sosial, kekuatan masyarakat serta berbagai sistem norma di sekitar individu atau kelompok manusia yang mempengaruhi tingkah laku mereka dan interaksi antara mereka (Alwi, 2002). Lingkungan sosial dalam kaitannya dengan wirausaha dapat berupa akses kepada modal maupun akses kepada orang-orang yang berada dalam dunia usaha. Akses kepada modal merupakan hambatan klasik terutama dalam memulai usaha-usaha baru, setidaknya terjadi di negara-negara berkembang dengan dukungan lembaga-lembaga penyedia keuangan yang tidak begitu kuat (Indarti, 2004). Studi empiris terdahulu menyebutkan bahwa kesulitan dalam mendapatkan akses modal, skema kredit dan kendala sistem keuangan dipandang sebagai hambatan utama dalam kesuksesan usaha menurut calon-calon wirausaha di negara-negara berkembang (Marsden, 1992; Meier dan Pilgrim, 1994; Steel, 1994). Penelitian relatif baru menyebutkan bahwa akses kepada modal menjadi salah satu penentu kesuksesan suatu usaha (Kristiansen et al., 2003; Indarti, 2004).

Adversity Quotient (Kecerdasan Menghadapi Rintangan)

Menurut Stoltz (2000), *Adversity Quotient* (*AQ*) atau kecerdasan menghadapi rintangan adalah kemampuan mengubah hambatan menjadi suatu peluang keberhasilan mencapai tujuan. Hasil riset selama 19 tahun dan penerapannya selama 10 tahun menyimpulkan bahwa, suksesnya pekerjaan dan hidup seseorang terutama ditentukan oleh AQ-nya. Manfaat AQ :

1) AQ dapat memberi tahu seberapa jauh seseorang mampu bertahan menghadapi kesulitan dan kemampuan seseorang untuk mengatasinya,

2) AQ meramalkan siapa yang mampu mengatasi kesulitan dan siapa yang akan hancur,

3) AQ meramalkan siapa yang akan melampaui harapan-harapan atas kinerja dan potensi mereka serta siapa yang akan gagal,

4) AQ meramalkan siapa yang akan menyerah dan siapa yang akan bertahan.

Selain itu AQ juga dapat meramalkan kinerja, motivasi, pemberdayaan, kreativitas, produktivitas, pengetahuan, energi, pengharapan, kebahagiaan, vitalitas, kegembiraan, kesehatan emosional, kesehatan jasmani, ketekunan, daya tahan, perbaikan sedikit demi sedikit, tingkah laku, umur panjang dan respon terhadap perubahan.

AQ telah banyak diterapkan dalam perusahaan internasional. AQ meramalkan siapa yang akan mempunyai prestasi melebihi harapan dan siapa yang akan gagal, serta digunakan untuk mengembangkan jajaran profesional yang mampu mengimbangi tuntutan-tuntutan klien mereka yang terus meningkat. AQ digunakan untuk membantu para guru mengembangkan daya tahan dan keuletan siswa dalam memberikan pelajaran yang mempunyai makna dan tujuan. AQ mempunyai 4 dimensi, yaitu CO2RE (*Control, Origin Ownership, reach, Endurance*) :

a) *Control*, ditujukan untuk mengetahui seberapa banyak kendali yang dapat dirasakan seseorang terhadap suatu peristiwa yang menimbulkan kesulitan.

b) *Origin* dan *Ownership*, mempertanyakan siapa atau apa yang menimbulkan kesulitan dan sejauh mana seseorang menganggap dirinya mempengaruhi dirinya sendiri sebagai penyebab dan asal-usul kesulitan seperti penyesalan, pengalaman dan sebagainya.

c) *Reach*, mengukur sejauh mana kesulitan yang dihadapi akan menjangkau bagian-bagian lain dari kehidupan individu seperti hambatan akibat panik, hambatan akibat malas dan sebagainya.

d) *Endurance*, mempertanyakan dua hal yang berkaitan dengan berapa lama penyebab kesulitan itu akan terus berlangsung dan tanggapan individu terhadap waktu dalam meyelesaikan masalah.

METODE ANALISIS

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan informasi melalui penyusunan daftar pertanyaaan yang diajukan kepada responden. Penelitian dilakukan di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto dengan populasi target mahasiswa yang saat ini masih aktif di 8 (delapan) fakultas yang ada di Universitas Jenderal Soedirman. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan salah satu tenik *non probability sampling*, yaitu metode *accidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Definisi Operasional

Intensi Wirausaha atau Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta belajar dari kegagalan. Indikator Intensi wirausaha terdiri dari 6 item pertanyaan yang menggambarkan indikator sebagai berikut : Lebih memilih menjadi wirausahawan,

Tidak akan melamar pekerjaan, Keinginan memiliki usaha sendiri.

Adversity Quotient/Intelligent (AQ/AI) adalah kecerdasan menghadapi rintangan adalah kemampuan mengubah hambatan menjadi suatu peluang keberhasilan mencapai tujuan. Indikator AQ mengacu pada 4 dimensi AQ yang dikemukakan oleh Stoltz (2000), yaitu : CO2RE (Control, Origin Ownership, reach, Endurance).

Networking (jaringan) dalam penelitian ini adalah relasi, partner, teman atau rekan yang dapat memberikan dukungan dalam mengawali atau mengembangkan usaha. Indikator networking terdiri dari : adanya relasi,partner, teman, yang mendukung usaha dan upaya untuk menambah relasi/teman/partner

Modal dalam penelitian ini adalah ketersediaan alternative sumber financial yang nantinya diperlukan untuk mengawali, merintis atau mengembangkan usaha. Indikator pertanyaan Modal terdiri dari : Ketersediaan alternative bantuan modal, dana stimulant dari pihak universitas dan pemerintah dan Kemudahan akses bantuan modal.

HASIL ANALISIS

Peneliti menyebarkan 110 kuesioner, yang diisi dan dikembalikan adalah sebanyak 103 eksemplar. Namun hanya 100 kuesioner yang dianalisis dalam penelitian, 3 kuesioner dianggap tidak layak untuk dianalisis karena jawaban yang tendensius (bias) dan tidak lengkap. Dengan demikian, *response rate* dalam penelitian ini dapat dikatakan tinggi, yaitu sebesar 94%.

Deskripsi responden menunjukkan dominasi responden laki-laki sebanyak 60 orang atau sebesar 60% dan responden perempuan sebanyak 39 orang atau 39%, sedangkan sisaya sebanyak 1% tidak memberikan jawaban. Secara keseluruhan responden berada pada usia antara 18 sampai dengan 23 tahun. Jumlah mahasiswa yang berusia 20 tahun kebawah relative sama dengan kelompok mahasiswa yang berusia diatas 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang dipilih telah mewakili kelompok mahasiswa yang berasal dari semester awal sampai dengan mahasiswa yang sudah mendekati akhir masa kuliah (semester akhir). Responden berasal dari 8 fakultas yang ada di Unsoed, yaitu Fakultas : Pertanian, Peternakan, FKIK, FST, Biologi, Ekonomi, Hukum dan Fisip. Dengan demikian responden dalam penelitian ini telah mewakili semua fakultas yang ada di Unsoed.

Hasil Analisis Data

Uji validitas dilakukan untuk menguji kesahihan pertanyaan yang dijadikan kuesioner. Analisis validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment.* Analisis reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha.* Pengujian ini dilakukan pada variabel *Adversity Quotient* (X1), *Networking* (X2), Modal (X3) dan Intensi Berwirausaha (Y). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} korelasi *product moment* semua item pertanyaan dari variabel *Adversity Quotient* (X1), variabel *Networking* (X2), variabel Modal (X3) dan variabel Intensi Berwirausaha (Y)

lebih besar dari nilai kritis (r_{tabel}) sebesar 0,374 pada tingkat kepercayaan 95%. Sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan *valid* dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Selnjutnya berdasarkan analisis reliabilitas, diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas (r.tot) untuk variabel variabel *Adversity Quotient* (X1), *Networking* (X2), Modal (X3) dan Intensi Berwirausaha (Y) masing-masing lebih besar dari nilai kritis (r tabel) sebesar 0,374 sehingga semua pertanyaan untuk variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Hasil Uji uji normalitas berdasarkan pendekatan visual yaitu dengan melihat kurva normal pada histogram, menunjukkan bahwa model berdistribusi normal, karena kurva histogram membentuk lonceng dan diagram *normal probability plot regression standardizes* yang menggambarkan keberadaan titik-titik disekitar garis dan *scatter plot* tampak menyebar yang kesemuanya menunjukan model berdistribusi normal.

Selanjutnya Uji Multikolinearitas diukur dengan *Variance Inflation Factor (VIF), tolerance value* dan korelasi antara variabel independennya, dengan hasil dapat dilihat pada table 1. Suatu variabel dikatakan tidak terdapat multikolinieritas apabila VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian berdasarkan nilai VIF yang tampak pada tabel 1, dapat dikatakan tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebasnya, sehingga variabel bebas yang digunakan sebagai prediktor dalam penelitian ini bersifat independen.

Tabel 1. Nilai kolom VIF untuk pengujian multikolinieritas

No	Variabel	VIF
1	x1	1.022
2	x2	1.213
3	x3	1.192

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Durbin Waston (DW). Pengambilan keputusan pada analisis ini menggunakan dua nilai bantu yang diperoleh dari tabel Durbin Watson (DW) yaitu dL dan dU untuk k adalah jumlah variabel bebas dan n jumlah sampel. Dengan alpha sebesar 5 persen pengujian autokorelasi dengan n sebanyak 100 dan k sebanyak 4 mendapatkan nilai dL sebesar 1,602 dan dU sebesar 1,732.

Nilai 4-dL = 4 - 1,602 = 2,398 dan Nilai 4-dU = 4 - 1,732 = 2,268

Hasil perhitungan menunjukkan nilai DW sebesar 1,753. Sehingga nilai DW terletak pada dU sampai dengan 4 - dU. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan tidak ada autokorelasi pada model ini.

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan uji Glejser,dengan hasil sebagai berikut :

No	Variabel	T	Sig
1	x1	.050	.028
2	x2	-.878	.961
3	x3	-1.157	.382

Tabel 2. Nilai t test dan sig uji park gleyser

Dari tabel 2 dapat diketahui hasil pengujian menunjukkan bahwa X1 (0.961), X2 (0.382) dan X3 (0.250) sig > alpha 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan ketiga variabel tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian.

Hasil perhitungan selengkapnya pengaruh variabel *Adversity Quotient* (X1), *Networking* (X2), Modal (X3) dan Intensi Berwirausaha (Y). dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil analisis regresi linier berganda pengaruh *Adversity Quotient* (X1), *Networking* (X2), Modal (X3) terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

No.	Variabel	Koefisien regresi	t hitung	t tabel
1	*Adversity Quotient*	0,151	2,296	1,985
2	*Networking*	0,269	2,149	1,985
3	Modal	0,206	2,460	1,985
Konstanta (*a*)		= 2,791		
Koefisien determinasi (R^2)		= 0,238		
F hitung		= 9,989		
F table		= 2,468		

Berdasarkan hasil regresi linier berganda di atas dapat dibuat persamaan regresi linier sebagai berikut:

Y = 2,791 + 0,151X1 + 0,269X2 + 0,206 X3 + e

Untuk menguji variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen digunakan uji F. Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% (α = 0,05) dan *degree of freedom* (k) dan (n–k-1) diperoleh F_{tabel} sebesar 2,468. Sedangkan hasil penghitungan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 9,989. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel *Adversity Quotient* (X1), *Networking* (X2), Modal (X3) terhadap Intensi Berwirausaha (Y) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat berperilaku/ Minat) Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% (α=0,05) dan *degree of freedom* (*df*) dan (n-k-1) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,985. Sedangkan hasil penghitungan uji t diperoleh t_{hitung} X_1 sebesar 2,963, t_{hitung} X_2 sebesar 2,149, t_{hitung} X_3 sebesar 2,460. Jadi t_{hitung} X_1, X_2, dan X_3 lebih besar dari pada nilai t_{tabel}, sehingga dapat diartikan variabel *Adversity Quotient*, *Networking*, Modal secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat Berwirausaha.

Hasil perhitungan elastisitas diperoleh nilai elastisitas untuk variabel *Adversity Quotient* E_{x1} sebesar 0,411, variabel *Networking* E_{x2} sebesar 0,216 dan variabel Modal E_{x3} sebesar 0,251, dengan demikian hasil perhitungan elastisitas E_{x1} yaitu variabel Modal diperoleh angka yang paling besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Uji F dan Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel *Adversity Quotient, Networking* dan Modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirusaha mahasiswa, baik secara simultan maupun secara parsial. Berdasarkan Uji Elastisitas diketahui bahwa variabel Modal merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat berwirusaha mahasiswa.

Berkaitan dengan hasil penelitian yang diperoleh, maka pihak universitas sebaiknya memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhi minat wirausaha mahasiswa yaitu Adversity Quotient, Networking dan Modal.

Dalam upaya memberikan perhatian lebih pada variabel yang minat berwirausahaan mahasiswa, maka beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain adalah meningkatkan personality mahasiswa, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan Adversity Quotient. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan lebih banyak materi kewirausahaan yang bersifat experiential dan bukan hanya tori dikelas. Untuk meningkatkan lingkungan yang kondusif dalam kaitannya dengan Networking dan Modal, maka pihak universitas sebaiknyanmemberikan pelatihan kewirusahaan tidak hanya di lingkungan internal universitas, tetapi menghubungkan dengan pihak luar, agar mahasiswa memiliki networking yang lebih luas. Selain itu, pihak universitas juga perlu menyediakan skema bantuan modal sebagai stimulan awal bagi mahasiswa yang ingi merintis usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Burke,W.W. (1990) *Managing Change Questionnaire*. Pelham. New York. W.Warner Burke Associates.

Burke,W.W. and Spencer, J.L. (1990) *Managing Change :Participant Guide, Interpretation and Industry Comparisons*. Pelham. New York. W.Warner Burke Associates, pp. 1-59.

Burke, W.W., et al (1991) *Managers Get a "C" in Managing Change*. Training & Development. pp. 87-92.

Church,A.H.,et al (1996) *OD Practitioners As Facilitators Of Change : An Analysis Of Survey Results*, Group & Organization Management. Vol.21. No. 1. pp. 22-66.

Dorina Roşca, Pop Delia, 2008. *The Influence Of Culture And Organizational Change Upon Companies Anaylsis Of The Oradea University*. Fascicle Of Management And Technological Engineering, Volume VII (XVII),

Eales-White, Ruppert, 1994. *Creating Growth from Change - How You React, Develop and Grow*, England : Mc. Graw Hill International, pp 23-42.

Goleman, Daniel. (2000). *Emotional Intelligence* (terjemahan). Jakata : PT Gramedia Pustaka Utama.

Goleman, Daniel. (2000). *Working With Emotional Intelligence* (terjemahan). Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Lindner, Janet E. 2008 *The Influence Of Organizational Culture On Incremental Change In Higher Education*, Dissertation, University of Pennsylvania

Obenchain Johnson Dion. 2002. *Innovation in Higher Education: The*

Influence of Organizational Culture, Submission for Proceedings

Rini Nurahaju, S.PSi. 2004. *Pengaruh Resistensi Perubahan Dan Kecerdasan Emosi Dosen Terhadap Sikap Dosen Mengenai Perubahan ITS Dari PTN Menuju PT BHMN*, Tesis, Universitas Airlangga, Surabaya

Saphiro, Lawrence E. (1998). *Mengajarkan Emotional Intelligence Pada Anak*. Jakarta : Gramedia.

Siegal,W. et al (1996*) Understanding The Management of Change : An Overview of Manager's Perspectives and Assumptions in The 1990s*. Journal of Organizationall Change Management. Vol. 9 No. 5. pp. 54-80.

Sugiyono, (2006) *Metode Penelitian Administrasi*, Cetakan ke-14, Penerbit CV. ALFABETA. Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: BP. Cipta Jaya.

Undang-undang Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Badan Hukum Pendidikan

Vakola, Maria., Tsaousis, Ioannis., Nikoaou, Ioannis., 2003, *The Role of Emotional Intelligence and Personality Variables on Attitudes Toward Organizational Change*, Journal of Managerial Psychology Vol.19 No.2, 2004, pp 88-110.

http://www.dikti.org/landasan_implementasi_bhmn.htm

http://www.masbow.com

http://www.Kompas.co.id

ENTERPRENEURSHIP ORIENTATION AND BUSINESS STRATEGIES ROLE TO ACHIEVE COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE

Sri Retno Handayani[1)]
Intan Shaferi [1)]
Alisa Tri Nawarini[1)]
E-mail : handayani_sriretno@yahoo.co.id
ishaferi@yahoo.com
alisa_tri_nawarini@yahoo.co.id
[1)]Economics Faculty of Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

Small Medium Enterprise developing indirectly help economics a state. But SME are still have various weakness from external and internal factor. Qualified human resource needed to settle that problem in the effort to render competitive advantage for enterprise. Competitive Advantage is a positioning be worked organization as effort to defeat competitor and increases firm performance. One of human resource development factor is ability in entrepreneur orientation. Entrepreneur Orientation will increase enterprise resource ability in establish business strategy that enterprise benefit so enterprise have uniqueness and Competitive Advantage to be compared with by the other firm.

Keywords*: Small Medium Enterprise, Competitive Advantage, Entrepreneur Orientation, Business Strategy*

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Kecil Menengah secara tidak langsung membantu perekonomian suatu negara. Namun UKM masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal maupun internal. Kelemahan tersebut dapat diatasi dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dilakukan dalam upaya untuk mewujudkan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Keunggulan bersaing adalah suatu posisi yang masih dikerjakan organisasi sebagai upaya mengalahkan pesaing dan meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu faktor pengembangan sumber daya manusia adalah dengan kemampuan orientasi kewirausahaan. Kemampuan orientasi kewirausahaan akan meningkatkan kemampuan sumber daya perusahaan dalam menetapkan strategi bisnis yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga perusahaan memiliki keunikan dan keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan yang lain.

Kata Kunci : Usaha Kecil Menengah, Keunggulan Bersaing, Orientasi Kewirausahaan, Strategi Bisnis

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Perkembangan ini secara tidak langsung membantu perekonomian suatu negara.

Konstribusi usaha kecil dan menengah terhadap eksport non migas nasional sebesar 19,9%. Potensi ini sangat mungkin untuk dikembangkan lagi. Dengan demikian pertumbuhan usaha kecil dan menengah di Indonesia sangatlah diperlukan (Ardiana, 2010). Pertumbuhan akan dapat dicapai apabila usaha kecil dan menengah memiliki daya saing.

Melihat besarnya jumlah unit pelaku ekonomi dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, maka UKM layak mendapat perhatian. Berkembangnya UKM akan memperkuat struktur ekonomi domestik, karena terserapnya angkatan kerja dalam lapangan kerja dapat meningkatkan daya beli masyarakat yang pada gilirannya akan memperbesar tingkat permintaan. Permintaan yang tinggi akan mendorong pertumbuhan ekonomi. (Najib, 2006).

Namun UKM masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal, **seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis, kurang cekatan dalam peluang – peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan sebagai akibat resesi ekonomi yang berkepanjangan. Disamping itu faktor internal dari sebagian UKM yaitu kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan, kurangnya akses terhadap informasi teknologi, permodalan dan pasar.** Kelemahan internal ini disebabkan sebagian SDM pengelola UKM kurang berkualitas dalam mengantisipasi berbagai masalah yang sedang dihadapi.

Dari berbagai kekurangan yang tersebut diatas diperlukan adanya perhatian khusus terhadap nasib dari keberadaan UKM sebagai penunjang ekonomi riil masyarakat. Persaingan usaha yang begitu ketat mengharuskan perusahaan memiliki keunggulan bersaing, jika tidak maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama.

Keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi dapat diperoleh dengan memperhatikan nilai superior bagi pelanggan, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikkan pada efisiensi dan efektivitas. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan perusahaan pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. Bila kemudian perusahaan mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing (Aaker,1995)

Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, keunggulan bersaing dipandang sebagai sesuatu yang dapat digunakan sebagai strategi perusahaan. Keunggulan bersaing dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai keseluruhan, berasal dari banyak aktivitas yang berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, **memproduksi, memasarkan,**

menyerahkan dan mendukung penjualan (Porter,1990). Sehingga keunggulan bersaing adalah suatu posisi yang masih dikerjakan organisasi sebagai upaya mengalahkan pesaing dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Bharadwaj et al.,(1993) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk diiru oleh para pesaingnya.

Di sisi lain, dunia bisnis kini mulai menganut pemikiran baru, dimana kewirausahaan disebut sebagai salah satu faktor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Wirausaha sendiri berarti suatu kegiatan manusia dengan mengerahkan tenaga pikiran atau badan untuk menciptakan atau mencapai suatu pekerjaan yang dapat mewujudkan insan mulia (Weerawerdena,2003).

Orientasi kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pemimpinnya berorientasi wirausaha memilki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi risiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik. Kewirausahaan adalah kemapuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

Di negara-negara lain, seperti disebutkan dalam penelitian di Mexico (Salazar, 2012) bahwa tingkat daya saing para pelaku usaha bisnis kecil dan menengah adalah rendah. Daya saing ini kemudian dikaitkan dengan keputusan keuangan dan strategi bisnisnya terkait keputusan keuangannya tersebut. Pemilik dan manajemen berpengaruh kuat terhadap strategi perusahaan (Bell, 2004).

Strategi bisnis tidak hanya dapat diterapkan dalam perusahaan dengan skala besar. Usaha kecil pun sebaiknya mempunyai bahkan menerapkan strategi bisnis. Penelitian terdahulu dan artikel telah membahas penerapan strategi bisnis pada usaha kecil. Kesimpulan umum yang didapat yaitu kurangnya pengetahuan akan manajemen strategi merupakan hambatan serius bagi pemilik bisnis kecil (David, 2003). **Dengan demikian orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis memiliki peranan penting terhadap perkembangan daya saing perusahaan, dalam mengatasi kelemahan internal dan ekternal perusahaan.**

PEMBAHASAN

Orientasi Kewirausahaan

Dalam menciptakan keunggulan bersaing, perusahaan harus mampu melihat kemampuan sumber daya yang dimilikinya, khususnya pada faktor sumber daya manusia. Salah satu faktor yang harus dikembangkan adalah kemampuan orientasi kewirausahaan.

Kewirausahaan adalah kemapuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar,dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi – dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif (Weerawerdeena,2003).

1. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan akitvitas terhadap aktivitas – aktivitas bisnis yang baru dan unik. Kemampuan berinovasi adalah titik penting kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan. Beberapa hasil penelitian dan literatur kewirausahaan menunjukan bahwa orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan lebih signifikan mempunyai kemampuan inovasi daripada yang tidak memiliki kemampuan dalam kewirausahaan (Koh,1997).

2. Proaktifitas seseorang untuk berusaha berprestasi merupakan petunjuk lain dari aplikasi atas orientasi kewirausahaan secara pribadi. Demikian pula bila suatu perusahaan menekankan proaktifitas dalam kegiatan bisnisnya, maka perusahaan tersebut telah melakukan aktivitas kewirausahaan yang akan secara otomatis mendorong tingginya kinerja (Weerawardena,2003).

3. Sesorang berani mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tinggiya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal.

4. Peranan berusaha juga sangat memegang peranan penting dalam kemampuan pimpinan, selain tingkat pendidikan dan kemampuan pengambilan risiko, karena dengan pengalaman berusaha yang tinggi maka kemampuan pimpinan untuk melihat keinginan konsumen pada suatu produk juga sangat tinggi (Hadjimanolis,2000).

Dengan demikian hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan orientasi kewirausahaan, yaitu flexibel, proaktif, keberanian mengambil risiko, pengalaman berusaha, dan antisipatif. Mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yangberorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan.Flexibel adalah dapat berubah sesuai dengan keinginan pelanggan. Proaktif adalah perusahaan dimana pemimpinanya mempunyai kemampuan untuk mengenali peluang dan komitmen untuk inovasi. Pengalaman berusaha adalah sikap berwirausaha dan konsekuensi dari perilaku kepada inovasi yang dipengaruhi oleh latar belakang pimpinannya yang menyangkut pengalaman berusaha pimpinannya. Antisipatif adalah kemampuan perusahaan dalam penanggulangi atau mengantisipasi terhadap segala perubahan.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis tidak hanya dapat diterapkan dalam perusahaan dengan skala besar. Usaha kecil pun sebaiknya mempunyai bahkan menerapkan strategi bisnis. Banyak

penelitian dan artikel menyangkut penerapan strategi bisnis pada usaha kecil. Kesimpulan umum yang didapat bahwa kurangnya pengetahuan akan manajemen strategi merupakan hambatan serius bagi pemilik bisnis kecil (David, 2003).

Alternatif strategi dalam berbisnis yang dapat digunakan meliputi strategi integrasi (integrasi ke depan, integrasi ke belakang), strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk), strategi diversifikasi (diversifikasi konsentrik, diversifikasi konglomerat, diversifikasi horizontal). Selain itu terdapat strategi alternatif lain yaitu strategi defensif (*retrechment*, divestasi, dan likuidasi) (David, 2003).

1. Strategi integrasi

a. Integrasi ke depan, yaitu strategi dengan meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer. Enam pedoman untuk menentukan saat yang paling tepat menggunakan strategi integrasi ke depan yaitu:

– Ketika para distributor mematok harga mahal, tidak dapat diandalkan, tidak dapat memenuhi kebutuhan pasokan.

– Ketika keberadaan distributor berkualitas sangat terbatas sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan-perusahaan yang menetapkan integrasi ke depan.

– Ketika suatu organisasi perusahaan bersaing dalam industri yang tumbuh dan diharapkan akan terus tumbuh dengan pesat.

– Ketika organisasi perusahaan mempunyai modal maupun sumber daya manusia yagn diperlukan untuk mengelola bisnis baru mendistribusikan produknya sendiri.

– Ketika proses produksi sangat stabil.

– Ketika distributor dan pengecer saat ini mempunyai margin keuntungan yang tinggi, keadaan ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat mendistribusikan produknya sendiri dan memberi harga yang lebih bersaing dengan melakukan integrasi ke depan.

b. Integrasi ke belakang, yaitu strategi untuk mencoba memiliki atau menignkatkan kontrol terhadap perusahaan pemasok.strategi ini sangat tepat digunakan ketika perusahaan pemasok saat ini tidak dapat diandalkan, terlalu mahal, atau tidak memenuhi kebutuhan. Tujuh pedoman dalam menerapkan strategi ini:

– Ketika pemasok yang ada saat ini mahal, tidak dapat diandalakan, tidak dapat memenui kebutuhan.

– Ketika jumlah pemasok kecil, sedangkan jumlah pesaing besar.

– Ketika organisasi bersaing dalam industri yang tumbuh dengan cepat.

– Ketika organisasi perusahaan mempunyai modal dan sumber daya yang diperlukan untuk mengelola bisnis baru memasok bahan bakunya sendiri.

– Ketika kestabilan harga menjadi sangat penting.

– Ketika pemasok saat ini mempunyai marrgin keuntungan yang tinggi.

– Ketika suatu organisasi peusahaan perlu memperoleh sumber daya yang diperlukan dengan cepat.

c. Integrasi horisontal, yaitu strategi yang mencoba memiliki atau menignkatkan kendali perusahaan pesaing. Pedoman yang digunakan untuk menerapkan strategi ini:

– Ketika suatu organisasi perusahaan sepertinya memonopoli suatu kawasan tanpa dituntut pemerintah.

– Ketika organisasi perusahaan bersaing dalam industri yang sedang mundur.

– Ketika naiknya skala ekonomi menjadi keunggulan kompetitif yang besar.

– Ketika oraganisasi perusahaan mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dieprlukan untuk mengelola dengan baik perusahaan yang semakin besar.

– Ketika pesaing ,emgalami kesulitan karena kurangnya keahlian menejerial atau sumber daya tertentu.

2. Strategi Intensif

Strategi ini disebut intensif karena memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

a. Penetrasi pasar, berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang sudah ada di pasar melalui usaha pemasaran yang gencar. Lima hal yang menjadi landasan dalam melaksanakan strategi ini:

– Ketika pasar saat ini tidak jenuh dengan produk atau jasa tertentu.

– Ketika angka penggunaan oleh para pelanggan saat ini dapat ditingkatkan secara signifikan.

– Ketika pangsa pasar para pesaing utama sedang merosot sedangkan total penjualan industri sedang meningkat.

– Ketika korelasi antara penjualan dalam dolar dan biaya pemasaran dalam doalr secara historis tinggi.

– Ketika naiknya skala ekonnomi menjadi keunggulan kompetitif yang besar.

b. Pengembangan pasar, merupakan upaya memperkenalkan prosuk atau jasa yang ada ke wilayah geografis baru dan iklim pengembangan pasar internasional terus menjadi kondusif. Pedoman dalam melaksanakan strategi ini:

– Ketika ada saluran-saluran distribusi baru yang dapat diandalkan, murah, dan bermutu baik.

– Ketika organisasi eprusahaan sangat berhasil dalam hal yagn dikerjakannya.

– Ketika ada pasar baru yang belum dimanfaatkan dan belum jenuh.

– Ketika organisasi perusahaan mempunyai modal maupun sumber daya manusia yang diperlukan untuk mengelola oprasi yang semakin besar.

– Ketika organisasi perusahaan mempunyai kapasitas produksi yang berlebihan.

– Ketika lingkup industri dasar organisasi perusahaan menjadi global dan cepat.

c. Pengembangan produk, yaitu strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk dan jasa yang sudah ada. Pengembangan produk biasanya memerlukan biaya yang besar. Pedoman dalam menerapkan strategi ini:

– Ketika organisasi perusahaan memiliki produk sukses.
– Ketika organisasi perusahaan bersaing dalam industri dengan pertumbuhan teknologi yang cepat.
– Ketika persaing menawarkan produk yang lebih bermutu dengan harga sebanding.
– Ketika organisasi perusahaan bersaing dalam industri yang tumbuh cepat.
– Ketika organisasi perushaan mempunyai kemampuan penelitian dan pengembangan yang kuat.

3. Strategi Diversifikasi
a. Diversifikasi konsentris, jika perusahaan menambah produk baru namun masih terkait. Pedoman untuk dapat diterapkannya strategi ini:
– Ketika organisasi perusahaan bersaing dalam industri yang tidak tumbuh atau pertumbuhannya lambat.
– Ketika menambah produk baru, namun masih terkait, akan menignaktkan penjualan produk saat ini secara signifikan.
– Ketika produk abru, namun masih terkait, dapat ditawarkan dengan harga yang sangat tinggi.
– Ketika produk baru, namun mansih terkait mempunyai fluktuasi penjualan yang menyeimbangkan fluktuasi penjualan saat ini.
– Etika organisasi perusahan mempunyai menajemen yang kuat.

b. Diversifikasi horizontal, jika perusahaan menambah produk atau jasas baru yang tidak terkait utnuk pelangan yang sudah ada.
– Ketika pendapatan perusahaan yang berasal dari produk atau jasa yang sudah ada dapat meningakt secara signifikan dengan penambahan produk abru yang tidak terkait.
– Ketika oraganisasi perusahaan bersaing dalam industri yang sangat kompetitif dan atau tidak tumbuh, memiliki margin kecil.
– Ketika saluran distribusi organisasi perusahaan saat ini dapat digunakan untuk memaasarkan produk-produk baru bagi para pelangggan yang sudah ada.
– Ketika produk-produk baru mempunyai pola penjualan yang siklusnya berbeda dengan produk saat ini.
c. Diversifikasi konglomerat, jika menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait.
– Ketika industri dasar sedang menagalami penjualand dan laba tahunan yang merosot.
– Ketika organisasi perusahaan memiliki modal maupun sumber daya manusia yang diperlukan untuk bersaing.
– Ketika organisasi perusahaan mempunyai peluang investasi yang menarik.
– Ketika ada sinergi financial antara penrusahaan yang diakuisis dan mengakuisisi.
– Ketika pasar yang ada telah jenuh.
– Ketika tindakan anti-monopoli (*antitrust*) dapat dilakukan terhadap organisasi yang secara historis memusatkan perhatian pada satu industri saja.

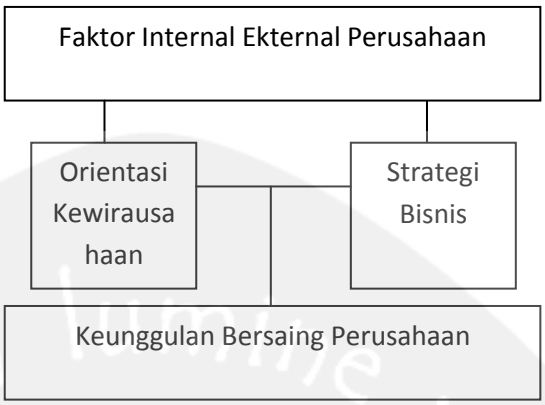
Keunggulan Bersaing
Pengertian keunggulan bersaing sendiri memiliki dua arti yang berbeda tetapi saling berhubungan.Pengertian pertama

menekankan pada keunggulan atau superior dalam hal sumber daya dan keahlian yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki kompetensi dalam bidang pemasaran, manufacturing, dan inovasi dapat menjadikannya sebagai sumber – sumber untuk mencapai keunggulan bersaing. Melalui ketiga bidang kompetensi tersebut, perusahaan dapat mengembangkanstrategi sehingga dapat menghasilkan produk laku di pasaran. Sedangkan pengertian kedua menekankan pada keunggulan dalam pencapaian kinerja selamaini. Pengertian ini terkait dengan posisi perusahaan dibandingkan dengan apa pesaingnya. Perusahaan yang terus memperhatikan perkembangan kinerjanya dan berupaya untuk meningkatkan kinerja tersebut memilki peluang mencapai posisi persaingan yang baik maka sebenarnya perusahaan telah memilki modal yang kuat untuk terus bersaing dengan perusahan lain (Dogre danVickrey,1994).

Bharadwaj et al.,(1993) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagain penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk diiru oleh para pesaingnya. Sedang asset atau sumber daya unik merupakan sumber daya nyata yang diperlukan perusahaan guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya ini harus diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memilki perbedaan dengan perusahaan lain.

Pendapat yang serupa juga dikemukakan oleh Porter (1990) yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai – nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagai para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan.

Kerangka Konsep



Sumber : Dikembangkan dari tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu

Hubungan antara Orientasi Kewirausahan, Strategi Bisnis dan Keunggulan Bersaing

Usaha Kecil dan Menengah memiliki kelemahan internal dan eksternal dalam menciptakan keunggulan bersaing, diperlukan pengelolaan yang tepat untuk mengatasi hal tersebut. Permasalahan yang utama adalah membentuk SDM yang berkualitas. Sumber Daya Manusia yang berkualitas akan menciptakan keunikan bagi perusahaan sehingga meningkatkan daya saing.

SDM dapat dibentuk dengan orientasi kewirausahaan, dimana hal tersebut diwujudkan dengan penciptaan SDM yang memiliki kemampuan kewirausahaan yang terdiri dari kemampuan inovasi, kemampuan mengambil resiko, dan sifat proaktif. Orientasi kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pemimpinnya berorientasi wirausaha memilki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi risiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik. Kewirausahaan adalah kemapuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Sumber Daya Manusia yang memiliki kemampuan kewirausahaan, memiliki keunggulan dalam menghadapi faktor internal dan eksternal perusahaan, sehingga lebih mampu mengelola dalam mengelola faktor-faktor tersebut menjadi strategi bisnis yang bermanfaat agi organisasi. Dengan penetapan strategi yang tepat akan meningkatkan daya saing perusahan.

Bharadwaj et al.,(1993) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagain penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan

sulit untuk diiru oleh para pesaingnya.

KESIMPULAN

Dalam menciptakan keunggulan bersaing khususnya pada usaha kecil menengah, perlu diciptakan sumber daya manusia yang memiliki orientasi kewirausahaan untuk menghadapi faktor internal dan eksternal perusahaan. Dengan sumber daya manusia yang memiliki orientasi kewirausahaan, perusahan dapat mengelola faktor-faktor tersebut menjadi strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan. Dengan strategi yang tepat perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing yang berbeda, unik dan unggul dibandingkan dengan perusahaan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. (1995). **Strategic Market Management**, John Willey & Sons, Inc.

Ardiana, dkk. 2010 Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. **Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**. Vol. 10 No. 1.

Bell, Jim, et all. 2004. Small firm Internationalization and Business Strategy. **International Small Business Journal** .Vol.22 (1).

Bharadwaj, Sundar G, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn. (1993). "SustainableCompetitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions". **Journal of Marketing**. Vol.57.

David, F. 2003. **Manajemen Strategis**. Printice Hall.

Droge, Cornelia & Shownee Vickrey. (1994). " Source and Outcomes of CompetitiveAdvantage: An Explanory Study in The Furniture Industry". **DecisionSciences**. p.669-689.

Hadjimanolis, Athanasios, 2000, "An Investigation of Antecedents in Small Firm in the Context of a Small Developing Country", **R & D Management**, Vol. 30

Koh, Hian Chye. (1997). "Testing Hypothesis of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hongkong MBA Students". **Journal of Managerial Psychology**.

Porter, Michael, E. (1990). "Competitive Strategy". **The Free Press**. New York.

Salazar, Alejandra López, et all. 2012. The Impact Of Financial Decisions And Strategy On Small Business Competitiveness**, Global Journal of Business Reseach**.vol 6 number 2.

Weerawardena, Jay. (2003). "Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy". **European Journal of Marketing**. Vol.37.

IN BANYUMAS DISTRICT

Suyono[2)], Mujiono[2)], Tarjoko [2)]
E-mail: suyono100@gmail.com
[2)] *Lecturer in Faculty of Agriculture, University of General Soedirman*

ABSTRACT

The government has lounched a program of "go organic" since 2010. Associated with this program, Banyumas is one area that has good potential for organic rice cultivation. The general objective of this study was to determine feasibility of organic rice cultivation in Banyumas District, while the specific objectives were to determine: (1) the financial aspect of organic rice cultivation in the lowland area; (2) the financial aspect of organic rice cultivation in the medium land; (3) comparison financial aspect of organic rice cultivation in lowland and medium land; (4) response of farmers on the performance of assembled of organic rice production technology. The research method used was experimental method with nested pattern design with two treatments A and B. Each treatment plot divided into 4 sub-plots and each sub-plots further divided into 4 sub-sub plots as replicates. Participatory research methods are used to determine the response of farmers to the performance of the tested technology assembly. The analysis tools of financial aspects used include: (a) Return Cost Ratio (R/C), (b) Profit Rate, and (c) Break Even Point (BEP). Descriptive analysis is used to determine the responses of farmers to the performance of technology assembly. The results showed that: (1) in lowland, the two assemblies of organic rice cultivation technologies A and B were feasible based on criteria of R/C (2.51), Profit Rate (151%), and BEP, (2) in medium land, the two assemblies of organic rice cultivation technologies A and B were feasible either based on criteria of R/C (1.12), Profit Rate (11.2%), and BEP, (3) cultivation of organic rice more profitable conducted in the lowlands than in medium lands, (4) response of farmers to organic rice production technology profile was quite well. Based on the financial aspects its could be concluded that organic rice cultivation in Banyumas District was viasible.

Keywords: *feasibility, financial aspect, organic rice cultivation, farmers response*

ABSTRAK

Pemerintah telah mencanangkan program "g*o organik*" sejak tahun 2010. Terkait dengan program tersebut Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah yang cukup potensial untuk budidaya beras organik. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan agribisnis budidaya beras organik di Kabupaten Banyumas, sedangkan tujuan khususnya untuk mengetahui: (1) aspek finansial budidaya beras organik di dataran rendah, (2) aspek finansial budidaya

beras organik di dataran medium, (3) perbandingan aspek finansial budidaya beras organik di dataran rendah dengan dataran medium, (4) tanggapan petani terhadap kinerja rakitan teknologi produksi padi organik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimen dengan rancangan pola tersarang dengan dua perlakuan A dan B. Masing-masing petak perlakuan dibagi 4 sub petak dan tiap sub petak dibagi lagi menjadi 4 sub-sub petak sebagai ulangan. Jarak tanam 22 cm x 22 cm, dengan sistem legowo. Metode partisipatori riset digunakan untuk mengetahui tanggapan petani terhadap kinerja rakitan teknologi yang diujicobakan. Alat analisis aspek finansial yang digunakan meliputi (a) *Return Cost Ratio (R/C)*, (b) *Profit Rate*, dan (c) *Break Even Point (BEP)*. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan petani terhadap kinerja rakitan teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kedua rakitan teknologi budidaya padi organik A dan B layak diusahakan berdasarkan kriteria R/C (2,51), *Profit Rate (151%)*, dan *Break Event Point (BEP)* di dataran rendah; (2) kedua rakitan teknologi budidaya padi organik A dan B juga layak diusahakan berdasarkan kriteria R/C (1,12), *Profit Rate (11,2%)*, dan *Break Event Point (BEP)* di dataran medium*;* (3) budidaya beras organik lebih menguntungkan dilakukan di dataran rendah dibanding di dataran medium; (4) tanggapan petani terhadap profil teknologi produksi padi organik cukup baik. Berdasarkan aspek finansial dapat disimpulkan bahwa agribisnis budidaya beras organik di Kabupaten Banyumas layak dijalankan.

Kata kunci: kelayakan, aspek finansial, budidaya beras organik, tanggapan petani

PENDAHULUAN

Pemerintah selalu mengupayakan peningkatan produksi padi guna mencukupi kebutuhan beras nasional yang semakin bertambah sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk yang terus tumbuh secara eksponensial sebesar 1,7% per tahun dan konsumsi beras per kapita 139,15 kg per tahun (Untung, 2007). Upaya peningkatan produksi beras selama ini lebih banyak dilakukan pada lahan sawah subur baik beririgasi teknis maupun setengah teknis melalui intensifikasi, diantaranya dengan penggunaan pupuk anorganik dan pestisida yang berlebihan, sehingga petani terkena sindrom pupuk dan pestisida ("pupuk dan pestisida *minded"*). Walaupun penggunaan pupuk secara intensif, produktivitas lahan sawah tetap cenderung turun, dikarenakan telah terjadi kemunduran kesehatan tanah. Menurut Adiningsih (2005) kunci utama untuk perbaikan kesehatan tanah adalah kadar bahan organik tanah harus ditingkatkan karena tanah yang miskin bahan organik akan berkurang daya menyangga hara dan kurang efisien penggunaan pupuknya karena sebagian besar unsur hara hilang dari lingkungan perakaran.

Program Sistem Pertanian Organik (SPO) merupakan satu pilihan program pemerintah untuk mewujudkan pembangunan agribisnis berwawasan lingkungan (*eco-agribusiness*) guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya petani.

Produk pangan (beras) organik mempunyai prospek sangat baik di Indonesia karena sejalan dengan kesadaran masyarakat akan kesehatan dan lingkungan. Hasil survei di DKI Jakarta pada tahun 2004 menunjukkan bahwa 27% penduduk mengkonsumsi produk organik secara regular dan 54% pernah mencoba mengkonsumsi produk organik dan sisanya 19% tidak pernah mengkonsumsi produk organik (Setiadharma, 2005). Permintaan beras organik di Indonesia meningkat dari 1.180 ton pada tahun 2001 menjadi hampir 11.000 ton pada tahun 2004. Nilai beras organik di Indonesia pada tahun 2005 mencapai Rp28 Milyar dengan pertumbuhan permintaan sebesar 22% per tahunnya. Peningkatan produksi beras organik ini juga diimbangi dengan peningkatan jumlah petani organik di Indonesia yaitu pada tahun 2001 berjumlah 640 orang petani meningkat menjadi 1.700 orang petani pada tahun 2004 (Biocert, 2009).

Hasil penelitian Unggulan Unsoed tahun pertama (Mujiono dkk., 2010), telah diperoleh 2 (dua) rakitan teknologi produksi padi organik yang terbaik dari 7 rakitan teknologi produksi padi organik yang diuji, yaitu: A) jerami dihambarkan + pupuk kandang 5 ton/ha + POC tanah (4ml/l) + kombinasi POC daun dan pestisida nabati maja gadung (6%) + agensia hayati *Trichoderma harzianum* (10 ons/100 m2), dan B) jerami dihambarkan + pupuk kandang 5 ton/ha + POC tanah (4ml/l) + kombinasi POC daun dan pestisida nabati maja dan gadung (6%) + nira fermentasi. Rakitan teknologi A dapat menghasilkan produksi 5,04 ton/ha, dengan nisbah pendapatan dan biaya (*R/C ratio*) yang paling besar, yaitu 1,92 dan memiliki rerata keuntungan (*profit rate*) sebesar 92,35%. Rakitan teknologi B dapat menghasilkan produksi 4,60 ton/ha, dengan nisbah pendapatan dan biaya (*R/C ratio*) sebesar 1,82, dan memiliki rerata keuntungan (*profit rate*) sebesar 81,73%. Namun demikian unjuk kerja (kinerja) kedua rakitan teknologi tersebut masih pada lingkup percobaan yang terbatas dan belum diketahui tingkat kinerjanya di tingkat kelompok tani.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) aspek finansial budidaya beras organik di dataran rendah, (2) aspek finansial budidaya beras organik di dataran medium, (3) perbandingan aspek finansial budidaya beras organik antara dataran rendah dengan dataran medium, (4) tanggapan anggota kelompok tani di kedua lokasi tersebut terhadap kinerja rakitan teknologi produksi padi organik terpilih.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai: (1) sumber informasi bagi petani dan calon investor yang berminat mengusahakan budidaya padi organic di dataran rendah dan dataran medium, (2) bahan pertimbangan pemerintah daerah dalam membuat rekomendasi pengembangan budidaya padi organik yang bersifat *full organik*, (3) bahan publikasi di jurnal ilmiah terakreditasi, (4) bahan untuk menunjang proses pembelajaran MK Pertanian Organik dan Pemasaran Pertanian yang diampu tim peneliti.

METODE ANALISIS

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian eksperimen dilakukan di dua lokasi yaitu di Desa Randegan Kecamatan Kebasen dan Desa Karangsalam Kecamatan Baturraden, keduanya di Kabupaten Banyumas. Masing-masing lokasi ada dua perlakuan dan tiap perlakukan terdiri dari 16 sub petak dan semuanya ditentukan sebagai sampel, sehingga jumlah sampel ada 64 ulangan (sub petak). Penentuan sampel pada penelitian kaji tindak, ditentukan secara sensus yaitu semua anggota kelompok tani dan perangkat desa yang datang ke lahan untuk mengamati kondisi tanaman serta mengikuti diskusi dengan tim peneliti.

Definisi Operasional Variabel

1) Biaya tetap sewa lahan diukur selama periode produksi yaitu sejak persiapan lahan sampai pasca panen selama sekitar 6 bulan, sehingga besarnya sewa lahan diukur setengah dari sewa selama 1 tahun dengan satuan rupiah/hektar /musim.

2) Biaya tetap berupa pajak tanah, dan biaya tetap yang lain juga diukur dengan cara yang sama, dengan satuan rupiah/musim.

3) Biaya tetap berupa alat pertanian diukur dengan cara menghitung biaya penyusutan selama satu musim (6 bulan), dengan satuan rupiah/ musim.

4) Biaya tidak tetap berupa tenaga kerja untuk persemaian, pengolahan lahan, penanaman, pemupukan, pengendalian hama penyakit, dan pemeliharaan tanaman yang lain, diukur dengan cara menghitung banyaknya HOK (hari orang kerja) yang diperlukan dikalikan harganya.

5) Biaya tidak tetap untuk pengadaan sarana produksi berupa pupuk, pestisida, dan bibit diukur dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan untuk pembelian masing-masing sarana produksi, dengan satuan rupiah/musim.

6) Penerimaan usahatani diukur dengan menghitung volume produksi yang dihasilkan dikalikan dengan harga jual per unit, dengan satuan rupiah/musim.

Teknis Analisis Data

Tanaman padi organik merupatan tanaman semusim, sehingga metode analisis yang digunakan meliputi:

1). Analisis *Return Cost Ratio (R/C)*

Analisis perbandingan (nisbah) antara penerimaan dan biaya. Secara matematik, analisis *R/C* dapat dituliskan sebagai berikut (Soekartawi, 1995):

a = R/C

R = Py. Y

C = FC + VC

a = [(Py.Y)/(FC + VC)]

Keterangan:

R = Penerimaan

C = Biaya

Py = Harga *output*

Y = *Output*

FC = Biaya tetap (*fixed cost*)

VC = Biaya variabel (*variable cost*)

Kriteria:

R/C < 1 : usahatani mengalami kerugian

R/C = 1 : usahatani tidak untung dan tidak rugi (mencapai BEP)

R/C > 1 : usahatani menguntungkan

2). Analisis *Profit Rate*

Analisis ini diperlukan untuk mengetahui apakah suatu usaha

layak (*feasible*) atau tidak, dengan cara membandingkan antara *profit rate* (π) dengan tingkat inflasi (*inflation rate*) pada tahun yang bersangkutan. Rumus tingkat keuntungan (*profit rate*) sebagai berikut (Djamin, 1984):

Profit Rate = (π/TC) x 100 %.

Keterangan:

π = (baca *phi*) = Total *profit* = TR – TC

TR = *Total Revenue*

TC = *Total Cost*

Kriteria:

Profit Rate < Inflsi Rate : usahatani tidak layak dijalankan

Profit Rate = Inlasi Rate : usahatani mencapai BEP

Profit Rate > Inflation Rate : usahatani layak dijalankan

3).Analisis *Break Even Point (BEP)*

Analisis BEP diperlukan untuk melengkapi analisis sebelumnya yaitu untuk mengetahui: (i) Berapa kuantitas minimal yang dihasilkan agar tidak mengalami kerugian walaupun tidak untung, dan (ii) Berapa penerimaan minimal yang diperoleh agar tidak mengalami kerugian walaupun tidak untung. Rumus masing-masing BEP sebagai berikut (Riyanto, 1990):

$$\text{(i) } BEP_{(Q)} = \frac{TFC}{P - (VC/unit)}$$

Keterangan:

$BEP_{(Q)}$ = kuantitas pada saat BEP

TFC = *Total Fixed cost*

VC/unit = *Variable cost* per unit

P = Harga jual per unit

$$\text{(ii) } BEP_{(R)} = \frac{TFC}{1 - \{(VC/unit) : (P)\}}$$

Keterangan:

$BEP_{(R)}$ = *Revenue* pada saat BEP

TFC = *Total Fixed cost*

VC/unit = *Variable cost* per unit

P = Harga jual per unit

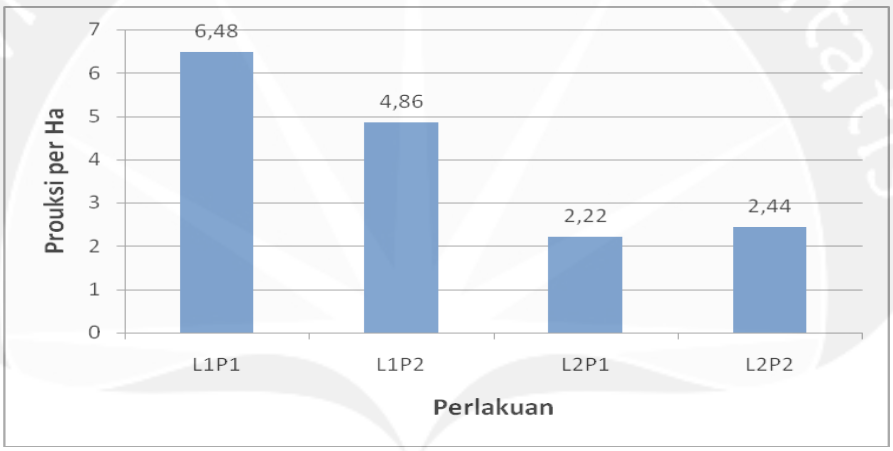
Metode penelitian partisipatif (*Partisipatory research*) digunakan untuk mengetahui tanggapan petani yang terlibat (anggota kelompok tani) terhadap kinerja kedua rakitan teknologi produksi padi organik yang diujicobakan, sehingga mereka dapat menentukan satu rakitan teknologi produksi beras organik yang terbaik. Data tanggapan petani diperoleh dengan melakukan wawancara secara intensif menggunakan kuesioner kepada seluruh anggota kelompok tani yang ikut terlibat dalam penelitian (40 responden). Sebelum memberikan tanggapan, mereka diminta mengamati kondisi tanaman padi organik di lahan sawah dan mereka diminta menunggu hasil penimbangan ubinan selesai, sehingga diketahui produktivitas per hektarnya. Variabel yang diamati antara lain: kenampakan padi organik, panjang malai dan banyaknya bulir, jumlah biji tiap malai, produktivitas, umur tanaman, dan jumlah anakan tiap rumpun.

HASIL ANALISIS

1. Produksi Padi

Rata-rata produksi gabah kering panen (GKP) per hektar kedua perlakuan pada lokasi satu (dataran rendah) lebih tiggi dari pada lokasi kedua (Gambar 1). Rata-rata GKP pada lokasi satu untuk perlakuan satu (rakitan tehnologi produksi padi organik dengan *Ttrichoderma* sp.) ,

yaitu sebesar 6.48 ton/ha, dan untuk perlakuan dua (rakitan tehnologi produksi padi organik tidak dengan *Ttrichoderma* sp.) sebesar 4.86 ton/ha. Lebih tingginya produksi perlakuan satu dibandingkan perlakuan dua diduga disebabkan jamur *Trichoderma* sp. ikut berperan dalam proses dekomposisi bahan organik, sehingga hara yang diserap oleh tanaman padi lebih banyak. Hal ini sesuai dengan pendapat Widyastuti (2004) yang mengatakan bahwa jamur *Trichoderma* sp. selain marupakan mikroba antagonis pantogen tumbuhan juga mempunyai sifat sebagai dekomposer yang membantu dekomposisi bahan organik menjadi nutrisi yang dapat dimanfaatkan oleh tanaman. Menurut Shoresh dan Harman (2008) *Trichoderma* sp. juga memproduksi beberapa metabolit sekunder yang berfungsi meningkatkan pertumbuhan tanaman dan akar, dan memacu mekanisme pertahanan tanaman itu sendiri.



Gambar 1. Hasil produksi per hektar

Keterangan:
L1P1 = Lokasi 1 perlakuan1
L1P2 = Lokasi 1 perlakuan 2
L2P1 = Lokasi 2 perlakuan 1
L2P2 = Lokasi 2 perlakuan 2

2. Analisis Finansial

a) Hasil perhitungan analisis finansial usahatani padi organik di daerah dataran rendah (30 m dpl) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisis finansial usahatani padi organik di dataran rendah

(*Lowland*)

Perlakuan	Hasil Analisis				Ranking
	R/C	*Profit Rate (%)*	$BEP_{(Q)}$ (kg GKG)	$BEP_{(R)}$ (Rupiah)	
I	2,73	173,17	963	5.105.800,00	1
II	2,29	128,85	1.006	5.331.708,00	2
Jumlah	5,02	302,02	1.969	10.437.508,00	
Rata-rata	2,51	151,01	984,5	5.218.754,00	*Visible*

Tabel 1 menunjukkan bahwa usahatani padi organik pada kedua perlakuan di daerah dataran rendah layak dilakukan berdasarkan kriteria R/C, *Profit Rate*, dan *Break Event Point (BEP).* Hasil perhitungan R/C menunjukkan bahwa kedua perlakukan menghasilkan nilai R/C rata-rata 2,51 dalam kurun waktu satu musim (4 bulan), ini berarti penerimaan yang diperoleh sebesar 251% dibanding biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan kriteria *profit rate* juga diketahui bahwa usahatani padi organik pada kedua perlakuan menghasilkan tingkat keuntungan rata-rata 151% selama kurun waktu empat bulan. Oleh karena itu baik berdasarkan kriteri R/C maupun kriteria *profit rate*, usahatani padi organik pada kedua perlakuan layak untuk dilaksanakan, karena dalam waktu sekitar empat bulan dapat memberikan tingkat keuntungan rata-rata sekitar 151% atau jauh di atas tingkat inflasi selama empat bulan (satu musim tanam). Selanjutnya berdasarkan analisis *Break Event Point* (kuantitas) diketahui bahwa BEP_Q akan dicapai pada kuantitas sebanyak rata-rata 984,5 kg Gabah Kering Giling (GKG). Sedangkan $BEP_{(R)}$ akan dicapai apabila penerimaan yang diperoleh rata-rata sebesar Rp5.218.754,00 /hektar. Dengan demikian berdasarkan kriteria BEP juga dapat disimpulkan bahwa kedua perlakuan usahatani padi organik di daerah dataran rendah (*lowland*) layak dilaksanakan karena produksi atau penerimaan yang dipersyaratkan untuk mencapai BEP tidak memberatkan. Kedua perlakukan apabila diranking berdasarkan aspek finansial yakni dengan kriteria *R/C, Profit Rate*, dan *BEP*, urutan dari yang terbaik adalah urutan perlakuan I kemudian baru urutan II. Hasil perhitungan analisis finansial usahatani padi organik di daerah dataran medium (500 m dpl) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil analisis finansial usahatani padi organik di dataran rendah (*Lowland*)

Perlakuan	Hasil Analisis				Ranking
	R/C	*Profit Rate (%)*	$BEP_{(Q)}$ (kg)	$BEP_{(R)}$ (Rupiah)	
I	1,04	3,59	1.734	9.190.175	2
II	1,19	18,87	1.645	7.610.760	1
Jumlah	2,23	22,46	3.379	16.800.935	
Rata-rata	1,12	11,23	1.689	8.400.467	*Visible*

Tabel 2 menunjukkan bahwa usahatani padi organik pada kedua perlakuan di daerah dataran medium cukup layak dilakukan berdasarkan kriteria R/C, *Profit Rate*, dan *Break Event Point (BEP).* Hasil perhitungan R/C menunjukkan bahwa kedua perlakukan menghasilkan nilai R/C rata-rata 1,12 dalam kurun waktu satu musim (4 bulan), ini berarti penerimaan yang diperoleh sebesar 111% dibanding biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan kriteria *profit rate* juga diketahui bahwa usahatani padi organik pada kedua perlakuan menghasilkan tingkat keuntungan rata-rata 11,23% selama kurun waktu empat bulan atau di atas tingkat inflasi selama empat bulan. Oleh karena itu baik berdasarkan kriteri R/C maupun kriteria *profit rate*, usahatani padi organik pada kedua perlakuan di dataran medium layak untuk dilaksanakan, karena dalam waktu empat bulan memberikan tingkat keuntungan rata-rata sekitar 11,23%.

Selanjutnya berdasarkan analisis *Break Event Point* kuantitas diketahui bahwa BEP_Q akan dicapai pada kuantitas sebanyak rata-rata 1.689 kg Gabah Kering Giling/ hektar. Sedangkan $BEP_{(R)}$ akan dicapai apabila penerimaan yang diperoleh rata-rata sebesar Rp8.400.467,00 /hektar. Dengan demikian berdasarkan kriteria BEP juga dapat disimpulkan bahwa kedua perlakuan usahatani padi organik di daerah dataran medium (up*wland*) juga layak dilaksanakan karena produksi atau penerimaan yang dipersyaratkan untuk mencapai BEP tidak terlalu memberatkan. Kedua perlakukan apabila diranking berdasarkan aspek finansial yakni dengan kriteria *R/C, Profit Rate*, dan *BEP*, terlihat urutan yang lebih baik adalah perlakuan: II kemudian baru perlakuan I. Namun demikian perbedaannya keduanya tidak signifikan dan keduanya sama-sama produktivitasnya lebih rendah dibanding produktivitas rata-rata di daerah dataran rendah. Beberapa hal yang menyebabkan produktivitas pada kedua perlakuan di daerah dataran sedang (500 m dpl) relatif lebih rendah yaitu: (1) solum lahan sawah yang digunakan sangat dangkal, sehingga pertumbuhan tanaman tidak optimal, (2) jumlah bibit per lubang tanam kurang, yaitu hanya dua sampai tiga tanaman, padahal di daerah dataran medium jumlah anakan produktifnya relatif sedikit, (3) digunakannya sistem tanam legowo pada lahan terasering, sehingga terlalu banyak space yang tidak ditanami. Terbatas pada penelitian ini, berdasarkan aspek ekonomi (finansial), rakitan

teknologi padi organik (*full organik*) menguntungkan atau layak dijalankan, karena harga produksi berupa gabah kering giling (GKG) teknologi padi organik lebih mahal dibanding hasil produksi padi teknologi konvensional (menggunakan pupuk dan pestisida pabrikan). Pada saat penelitian harga gabah kering giling organik sekitar Rp 5.300,-/kg sedangkan harga gabah kering giling nonorganik hanya sekitar Rp4.800,-/kg atau selisihnya sekitar Rp500,- per kg. Apabila dijual dalam bentuk bentuk beras organic dan dipacking harganya Rp 60.000,-/pak @5kg atau Rp12.000,-/kg, sedang beras pandan wangi nonorganic harganya Rp10.500,-/kg atau selisihnya Rp1.500,-/kg. Keuntungan lain penerapan teknologi padi organik yaitu lebih menjamin kelestarian lingkungan atau ekosistem serta keberlanjutannya (*sustainability*). Penerapan rakitan teknologi padi organik juga mampu menghasilkan produksi lebih banyak pada musim tanam berikutnya dalam batas-batas tertentu. Hasil penelitian Junaidi (2008) yang dilakukan di Malang Jawa Timur, penerapan paket teknolgi padi organik mampu mencapai R/C ratio sebesar 3,7 dan keuntungan sebesar Rp12.991.787,00 per hektar. Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa penerapan paket teknolgi padi organik di daerah Lubuk Cemara, Kab. Serdang Bedagai, Sumatra Utara pada musim tanam bulan Mei – Agustus 2008 ternyata lebih menguntungkan dibanding paket teknologi konvensional. Disebutkan bahwa keuntungan usahatani padi organik dapat mencapai Rp12.650.000,-/hektar, sedangkan keuntungan usahatani padi nonorganik hanya mencapai Rp5.528.494,-/hektar (http:// lmto.word-press.com/). Hasil penelitian FX Agus, Suyono, Hermawan (2006) menyatakan bahwa penerapan usahatani padi sistem organik di Kabupaten Bantul Yogyakarta juga mencapai R/C ratio sebesar 1,81 atau layak untuk dilakukan. Komoditas padi/beras merupakan komoditas yang diprioritaskan sejak awal diluncurkannya "*Go Organik 2010*", sehingga secara luas telah diaplikasikan dalam kegiatan pertanian organik. Namun demikian hampir semuanya masih "semi organik" atau masih menggunakan pupuk dan pestisida kimiawi, walaupun penggunaanya dibawah (25% s/d 50%) rekonmendasi dari Dinas Pertanian Kabupaten Banyumas.

3. Penelitian Kaji Tindak

Penelitian kaji tindak ditujukan untuk mengetahui tanggapan petani perhadap profil teknologi produksi padi. Tanggapan petani terhadap profil teknologi produksi padi organik diperoleh melalui wawancara secara intensif dengan menggunakan kuisioner terhadap 40 orang anggota kelompok tani yang hadir pada saat panen padi organik di Desa Randegan Kecamatan Kebasen (Lokasi 1) dan Desa Karangsalam Kecamatan Baturaden (Lokasi 2). Sebelum memberikan tanggapan, mereka diminta mengamati kondisi tanaman padi organik di lahan sawah dan mereka diminta menunggu hasil penimbangan ubinan selesai, sehingga diketahui produktivitas per hektarnya. Variabel diminta diamati

antara lain: kenampakan padi organik, panjang malai dan banyaknya bulir, jumlah biji tiap malai, produktivitas lahan, umur tanaman, dan jumlah anakan tiap rumpun. Secara ringkas, tanggapan petani terhadap profil teknologi produksi padi organik disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Tanggapan petani terhadap profil rakitan teknologi produksi padi organik

No	Variabel	Tanggapan	Persentase
1.	Kenampakan padi	Baik	80%
		Cukup	20%
2.	Panjang malai dan banyaknya bulir	Baik	80%
		Cukup	10%
		Kurang	10%
3.	Jumlah biji tiap malai	Baik	80%
		Cukup	10%
		Kurang	10%
4.	Jumlah produksi	Baik	70%
		Cukup	20%
		Kurang	10%
5.	Umur tanaman	Cukup	80%
		Pendek	20%
6.	Jumlah anakan tiap rumpun	Banyak	20%
		Cukup	70%
		Kurang	10%

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa tanggapan petani terhadap profil teknologi produksi padi organik baik, namun demikian jumlah responden yang tertarik menanam di musim yang akan datang relatif kecil yaitu hanya 30%, responden yang menyatakan cukup tertarik juga 30%, dan jumlah responden yang menyatakan kurang tertarik sebesar 40%. Alasan yang mendasari mereka kurang tertarik untuk menanam di musim yang akan datang yaitu sulit mendapatkan pupuk organik cair dan pestisida nabati (60%), sulit menjual dengan harga yang lebih mahal (30%), dan 10% menyatakan hasil produksinya kurang padahal lahan sawahnya menyewa kepada orang lain.

KESIMPULAN

(1) Di daerah dataran rendah (*Lowland*), kedua rakitan teknologi budidaya padi organik A dan B layak diusahakan berdasarkan kriteria R/C (2,51), *Profit Rate (151%)*, dan *Break Event Point (BEP)*;

(2) Di daerah dataran medium (*Medium-land*) kedua rakitan teknologi budidaya padi organik A

dan B juga layak diusahakan berdasarkan kriteria R/C (1,12), *Profit Rate (11,2%)*, dan *Break Event Point (BEP);*

(3) Budidaya beras organik di lahan sawah lebih menguntungkan dilakukan di dataran rendah dibanding dataran medium;

(4) Tanggapan petani terhadap profil teknologi produksi padi organik cukup baik.

(5) Berdasarkan aspek finansial, budidaya beras organik pada lahan sawah di Kabupaten Banyumas layak dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

Adiningsih, J.S. 2005. Peranan bahan organik tanah dalam meningkatkan kualitas dan produktivitas lahan pertanian. Worshop dan Kongres Nasional II MAPORINA Jakarta 21-2 Desember 2005. 12 hal.

Agus, FX., Suyono, dan R. Hermawan. 2006. *Analisis kelayakan usahatani padi pada sistem pertanian organic di Kab Bantul Yogya*. Jurnal ilmu ilmu pertanian Vol 2, No 2, 2006.

Biocert, 2009. *Indonesia*: Pasdar Beras Organik Mencapai Rp.28 Milyar. (On line) http://www.biocert.or.id. Diases tgl. 17 Oktober 2010.

Djamin, Z. 1984. Perencanaan dan Analisa Proyek. Edisi Satu, Penerbit F.E Universitas Indonesia.

Junaidi, A. 2008. *Analisis Efisiensi Usahatani Padi Organik (Studi Kasus di Desa Sumber Ngepoh Kecamatan Lawang Kabupaten Malang)*. Skripsi, Fakultas Pertanian UMM, Malang.

Mujiono, Suyono dan Tarjoko. 2010. Rakitan Teknologi Produksi Padi Organik Berbasis Pupuk Organik Cair dan Pestisida Nabati. Laporan Penelitian Unggulan Unsoed. LLPM Unsoed. 44 hal.

Riyanto, B. 1990. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Gadjah Mada University Press.

Setiadharma, N. 2005. How to Expand Organics Market. Workshop dan Kongres Nasional II MAPORINA. Jakarta, 21-22 Desember 2005. 8 hal.

Shoresh, M., Harman, G. E. 2008. The relationship between increased growth and resistance induced in plants by root colonizing microbes. *Plant Signaling & Behavior* 3: 737--739

Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. Penerbit Universitas Indonesia. 67 hal.

Untung, K. 2007. Peran pelaku perlindungan tananaman dalam ketahanan pangan nasional. Seminar Nasional Ikatan Mahasiswa HPT. Unsoed. Purwokerto. 27 Hal.

Widyastuti, S.M., 2004. Pengembangan dan aplikasi mikroba antagonis dari patogen tumbuhan. Makalah Pelatihan Pengendalian Hayati. UGM. Yogyakarta. 15 hal.

ON THE INDUSTRY COMPETITIVE ADVANTAGES PEKALONGAN BATIK BATIK WITH CHINA IN TANAH ABANG MARKET

Siti Mahmudah[1)]
Email : idajjpram@yahoo.com
[1)]Lecturer School of Economics IPWI Jakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze and describe the variables that affect firm performance and competitive advantage Pekalongan batik with batik industry in China. By analyzing the entrepreneurial orientation, marketing capabilities and the role of government policy affect the company's performance and its impact on competitive advantage Pekalongan batik with batik industry in China.

This study population is in Pekalongan batik entrepreneurs, Sample with a purposive sampling is to take samples of batik entrepreneurs who market their products in Tanah Abang, the number of samples in this study were 175 Pekalongan Batik industry. This study used survey method with the type of explanatory research. To answer the hypothesis presented and causality relationship between the study variables used Path Analysis (Path Analysis) with the help of software AMOS 18 and SPSS version 19.

The results showed Entrepreneurial Orientation, Marketing Capabilities and the Role of Government policy affects directly and indirectly strong enough in determining the Company's Performance and Competitive Advantage. Corporate Performance Competitive Advantage strong influence on the industry with Batik Batik Pekalongan China. Of the three variables studied Role of Government policy has turned out to be the dominant influence on company performance of the Orientation Entrepreneurship and Marketing Capability. Rated R Square Entrepreneurial Orientation, Marketing Capabilities and the Role of Government Policy to Performance Company of 67.4% and the value of R Square Performance Advantage Company to Compete at 72.4%.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Marketing Capabilities, Role of Government Policy, Corporate Performance and Competitive Advantage*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing industri batik Pekalongan dengan batik China. Dengan menganalisis orientasi kewirausahaan, kapabilitas pemasaran dan peran kebijakan pemerintah pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan dan dampaknya pada keunggulan bersaing industri batik Pekalongan dengan batik China.

Populasi penelitian ini adalah pengusaha batik di Pekalongan, Sampel dengan *purposive sampling* yaitu mengambil sampel pengusaha yang memasarkan produk batik di Tanah Abang, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 175 industri Batik Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode survai dengan tipe penelitian *explanatory research.* Untuk menjawab hipotesis yang diajukan dan hubungan kausalitas antar variabel penelitian digunakan Path Analysis (Analisis Jalur) dengan bantuan *software* AMOS 18 dan SPSS versi 19.

Hasil penelitian menunjukkan Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara langsung dan tidak langsung cukup kuat dalam menentukan Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing. Kinerja Perusahaan berpengaruh kuat terhadap Keunggulan Bersaing industri Batik Pekalongan dengan Batik China. Dari ketiga variabel yang diteliti ternyata Peran Kebijakan Pemerintah memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kinerja Perusahaan dari pada Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Pemasaran. Nilai R Square Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Perusahaan sebesar 67,4% dan nilai R Square Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 72,4%, pengaruh

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran, Peran Kebijakan Pemerintah, Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing.

PENDAHULUAN

Berbicara kewirausahaan, akan memberikan warna tersendiri dalam perkembangan perekonomian masyarakat terutama tumbuhkembangnya usaha kecil. Kewirausahaan memberikan dorongan tersendiri bagi masyarakat dalam membangun perekonomiannya. Kewirausahaan juga merupakan sebuah proses dinamis dalam menciptakan tambahan kekayaan. Kekayaan yang dihasilkan oleh individu yang menanggung risiko utama dalam hal modal, waktu, atau komitmen karier atau menyediakan nilai bagi beberapa produk atau jasa. Produk atau jasa mungkin dapat terlihat unik ataupun mungkin tidak, tetapi dengan berbagai cara nilai akan dihasilkan oleh seorang pengusaha dengan menerima dan menempatkan ketrampilan dan sumberdaya yang dibutuhkan (Hisrich dan Peters, 2008: 9). Bahkan Andrew Carnegie mengemukakan bahwa penguasaha sendiri adalah seorang inovator yang

mengembangkan sesuatu yang unik (Hisrich dan Peters, 2008 : 8). Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hisrich (2008 : 20) bahwa pemerintah merupakan mediator untuk mengomersialkan hasil perpaduan antara kebutuhan sosial dan teknologi . Hal ini sering disebut sebagai transfer teknologi (*technology transfer*) dan telah menjadi fokus dari sejumlah besar upaya penelitian. Meskipun menngunakan upaya ini, hanya relatif sedikit penemuan yang dihasilkan oleh riset- riset yang didanai oleh pemerintah. Sebagian produk yang dapat diterapkan membutuhkan modifikasi yang signifikan untuk dapat menarik pasar. Namun, ketika pemerintah memiliki sumber daya dana untuk mentransfer teknologi ke dalam pasar secara sukses, pemerintah tidak mempunyai ketrampilan bisnis, khususnya dalam pemasaran dan distribusi yang dibutuhkan untuk komersialisasi secara sukses. Hal ini tentunya dikaitkan dengan peran pemerintah dalam membangun perekonomian melalui dunia UMKM. Dengan demikian segala upaya harus dilakukan dengan membenahi manajemen sehingga pengelolaan UMKM pun dapat mencapai daya saing yang optimal. Seperti dalam industri batik dewasa ini mendapatkan tantangan yang besar dengan masuknya produk batik China. Walaupun disadari oleh pembeli bahwa kualitasnya berbeda tetapi tetap menjadi ancaman produsen batik. Sejak 2009 produk batik China membanjiri di Pasar Tanah Abang yang sempat membuat tertantang produsen batik Indonesia. Hal ini juga terjadi pada produk batik Pekalongan yang memasarkan produknya di Pasar Tanah Abang merasa terancam dengan masuknya batik China yang membedakan dalam penetapan harga. Ini menjadi masukan yang besar dalam dunia kewirausahaan sehingga dapat membangun keunggulan bersaing dengan diversifikasi produk dalam penetapan kualitas. Tingginya tingkat kewirausahaan korporasi terkait dengan tingkat yang lebih tinggi daya saing (Bhardwaj *et al.,* 2007), kinerja, pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan (Covin, Green & Slevin, 2006), dengan demikian keunggulan bersaing menjadi fokus dalam menghadapi kompetitor.
(Covin, Green & Slevin, 2006).

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagaimanakah pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah secara simultan dan parsial terhadap Kinerja Perusahaan?

b. Bagaimaakah pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah secara simultan dan parsial terhadap Kinerja Perusahaan secara tidak langsung?

c. Bagaimanakah pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

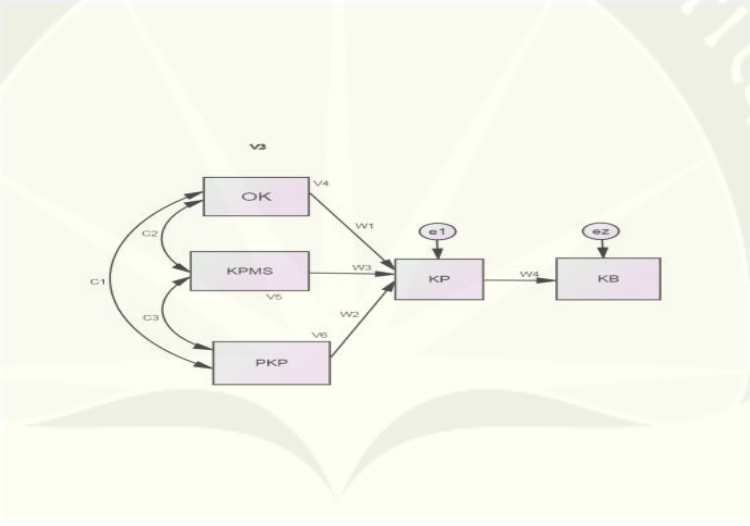
a. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah secara simultan dan parsial terhadap Kinerja Perusahaan?

b. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah secara simultan dan parsial terhadap Kinerja Perusahaan secara tidak langsung?

c. Untuk menganalisis pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing?

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini yaitu:



Hipotesis:

1) Terdapat pegaruh yang positif dan signifikan orientasi kewirausahaan, kapabilitas pemasaran dan peran kebijakan pemerintah secara simultan dan parsial terhadap kinerja perusahaan

2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan orientasi kewirausahaan, kapabilitas pemasaran dan peran kebijakan pemerintah secara simultan dan parsial terhadap keunggulan bersaing

3) Terdapat pengaruh positif da signifikan kinerja perusahaan terhadap keunggulan bersaing.

METODE ANALISIS DATA

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah para pengusaha batik di Kota Pekalongan 920 unit (kecil) dan 57 unit (menengah). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 175 unit industri batik, teknik pengambilan sampel dengan *Purposive Sampling* yaitu mengambil sampel yang memasarkan produk batiknya ke Pasar Tanah Abang. Hal ini sebagai pembanding dalam

mengetahui daya saing produk batik Pekalongan dengan produk Batik China di Pasar Tananh Abang Jakarta Pusat.

Definisi Operasional Variabel
Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan sebagai aktivitas pendorong perkembangan perubahan inovatif yang memiliki daya tarik, namun dibalik kesederhanaan seperti demikian terkandung pula muatan kompleksitasnya. Kompleksitas kewirausahaan disebabkan ada dua alasan yaitu pertama, kompleksitas muncul karena kewirausahaan merupakan suatu aktivitas lintasorganisasi yang multi bentuk. Kedua, adanya sumber kompleksitas di mana konsep perubahan adalah bersifat relatif untuk beberapa benchmark (Audretsch, 2002 dalam Faisal Affif, 2012). Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi-dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan melihat peluang, kemampuan berkreativitas dan kemampuan proaktifitas (Thornberry 2006, Kuratko, 2009, Katz dan Green, 2011, Weerawardena, 2003). Kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Hal ini, tentu harus direspon secara positif oleh perusahaan yang mulai mencoba bangkit dari keterpurukan ekonomi akibat krisis berkepanjangan. Bentuk dari aplikasi atas sikap-sikap kewirausahaan dapat diindikasikan dengan orientasi kewirausahaan dengan indikasi kemampuan melihat peluang, kemampuan berkreativitas dan kemampuan proaktifitas (Thornberry, 2006, Kuratko, 2009, Katz dan Green, 2011, Weerawardena, 2003). Proaktifitas seseorang untuk berusaha berprestasi merupakan petunjuk lain dari aplikasi atas orientasi kewirausahaan secara pribadi. Demikian pula bila suatu perusahaan menekankan proaktifitas dalam kegiatan bisnisnya, maka perusahaan tersebut telah melakukan aktifitas kewirausahaan yang akan secara otomatis mendorong tinginya kinerja (Weerawardena, 2003,424). Perusahaan dengan aktivitas kewirausahaan yang tinggi berarti tampak dari tingginya semangat yang tidak pernah padam karena hambatan, rintangan, dan tantangan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya. (Doukakis, 2002). Seseorang yang berani mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan (Kuritko, 2011). Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal (Looy et al. 2003).

Kapabilitas Pemasaran

Persepektif kapabilitas menyarankan bahwa kapabilitas lebih dari sumber daya yang mendorong penyebaran dan pengungkit sumber daya yang dapat membantu perusahaan untuk menjalankan lebih baik dari pesaing. Kapabilitas pemasaran pada dasarnya bertumpu pada pengetahuan pasar

tentang kebutuhan pelanggan dan pengalaman dalam peramalan pasar serta bagaimana pasar merespons kebutuhan –kebutuhan tersebut (Day, 1994). Perusahaan yang memiliki kapabilitas pemasaran yang bertumpu pada pengetahuan pasar melalui pembelajaran dan pengalaman tentang masyarakat, sukar ditiru oleh pesaing *(imperfect imitability*). Jadi kapabilitas pemasaran dapat menjadi senjata yang ampuh untuk imitasi kompetitif (*competitive imitation*) oleh karena perusahaan memiliki pengetahuan tersebut. Perusahaan secara potensial memiliki akses pada kapabilitas pemasaran yang berbeda (Day,1994,p.49). Studi Fahy et al (2000,p.65) hanya mengkhususkan diskusi pada tiga kunci kapabilitas pemasaran yaitu : orientasi pasar *(marketing orientation (MO));* batas waktu *(time horizon)* dalam pengambilan keputusan strategis dalam perusahaan; dan *positioning* dari kapabilitas perusahaan. Weber (1992) menggolongkan 2 kriteria pertama sebagai bagian dari penggambaran kondisi tingkat perusahaan *(corporate level)* atau kapabilitas secara keseluruhan *(overall capabilities)*; dan kriteria terakhir sebagai kapabilitas unit bisnis, yang ketiganya menuntun dan mempengaruhi tindakan pemasaran sebuah perusahaan. Kapabilitas untuk mengadopsi batas strategis dioperasionalisasikan dengan menggunakan 3 (tiga) konstruk yaitu apakah tujuan utama organisasi adalah untuk bertahan ; memperoleh keuntungan jangka pendek; atau membangun posisi pasar dalam jangka panjang. Pada akhirnya kapabilitas dalam membangun posisi pasar agar dapat bertahan dilihat sebagai elemen kunci dalam kegiatan pemasaran perusahaan (Hooley and Saunders 1993; Porter 1996; Ries and Trout 1982). Kapabilitas pemasaran merupakan konsep penilaian atas kinerja proses dalam pemasaran, maka penelitian ini mengadopsi dimensionalisasi variabel kapabilitas pemasaran menurut Tsai & Shih (2004) yang mengukur variabel ini dengan pendekatan bauran pemasaran, yakni : jaringan distribusi, riset pemasaran dan pengembangan produk, strategi harga, dan manajemen promosi. Konsep ini telah dikembangkan pula oleh Day (1994)yang memfokuskan 5 hal yang selaras: penetapan harga, promosi, pengembangan produk, saluran distribusi, dan litbang pemasaran. Karena pengembangan produk dan litbang pemasaran merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, maka penelitian ini cenderung lebih tepat untuk mengadopsi konsep Tsai & Shih (2004) dengan pendekatan kinerja pada bauran pemasarannya.

Peran Kebijakan Pemerintah

Fungsi pemerintah sebagai regulator adalah membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UKM dalam mengembangkan usahanya. Sebagai regulator, pemerintah berfungsi untuk menjaga kondisi lingkungan usaha tetap kondusif untuk melakukan investasi yang dilakukandengan mengatur Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) dan membuat kebijakan tentang aturan-aturan persaingan usaha. Fungsi terakhir dari pemerintahadalah sebagai katalisator

yaitu mempercepat terjadinya pertumbuhan perkembangan dari UKM. Menurut Choeryanto (2007) dalam Gede (2009:3), fungsi sebagai katalisator ini merupakan fungsi yang kurang dikembangkan oleh pemerintah sampai saat ini. Jika pemerintah tidak menjalankan ketiga fungsinya secara maksimal, peran pemerintah dalam pegembangan UKM akan menjadi kurang efektif dan optimal (http://id.scribd.com/doc). Pemerintah sebagai pelaku dan yang mengatur putaran perekonomian agar dalam merencanakan, melaksanakan dan mengawasi berbagai keputusan-keputusan yang diambil kiranya dapat memberi manfaat yang besar bagi peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat banyak, bukan kelompok maupun individu (Marzuki, 2006). Peranan pemerintah dalam memajukan industri kecil di Indonesia khususnya pengembangan usaha masyarakat kecil dan menengah (UMKM) harus menyeluruh, artinya dengan kepanjangan pemerintah daerah sebagai refleksi pengembangan birokrasi pemerintah pusat. Peran pemerintah daerah pun sangat penting karena sebagai kepanjangan dari pemerintahan pusat yang dapat berperan dalam membangun perekonomian masyarakat daerah. Indikator peran kebijakan pemerintah adalah 1) kepastian hukum/regulasi 2) penerapan/implementasi.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan secara umum dan keunggulan kompetitif merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume penjualan, laba dan tenga kerja. Menurut Wibowo (2008), kinerja berasal dari pengertian performance. Adapun pengertian performance sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna luas, tidak hanya hasil kerja, tetapi bagaimana proses pekerjaan berlangsung. Adapun pendapat lain yang dikemukakan oleh Armstrong dan Baron dalam Wibowo (2008), kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Pengertian kinerja lainnya dikemukakan oleh Payaman Simanjuntak (2005) yang mengemukakan kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan.Terdapat dua dimensi dalam kinerja ini, yaitu (i) indikator yang berkaitan dengan pertumbuhan dalam bisnis yang ada dan (ii) indikator yang berkaitan dengan posisi perusahaan di masa datang (pengembangan produk baru dan diversifikasi). Ukuran efektivitas keorganisasian berkaitan erat dengan stakeholder.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan kompetitif adalah keunggulan melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada tawaran pesaing. (Kotler, 2008). *Keunggulan bersaing,*

*ber*kembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan atau pembeli. Keunggulan bersaing menggambarkan cara perusahaan memilih dan mengimplementasikan strategi generik (biaya rendah, deferensiasi, dan fokus) untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing. Dengan perkataan lain, keunggulan bersaing menyangkut cara suatu perusahaan menerapkan strategi generiknya dalam kegiatan praktis. Keunggulan bersaing yang berkesinambungan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang pada saat pesaing berusaha untuk menirunya akan selalu mengalami kegagalan secara signifikan. Pada saat perusahaan menerapkan strategi tersebut dan perusahaan pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkannya serta perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut maka perusahaan tersebut dikatakan memiliki keunggulan bersaing yang berkesinambungan (Hit, Ireland dan Hoskisson, 1996). Di samping faktor keunikan produk, perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing juga menerapkan strategi marketing mix yang meliputi harga yang mampu bersaing, tempat atau lokasi strategis, dan promosi yang memadai. Simpulan yang dapat ditarik dari konsep keunggulan bersaing melalui diferensiasi produk adalah bagaimana perusahaan dapat menciptakan produk unik yang memberikan tingkat keuntungan di atas rata-rata yang mampu diraih oleh industri melalui kombinasi manusia, lingkungan, dan proses. Indikator keunggulan bersaing yaitu produk unik, tidak mudah ditiru, tidak mudah digantikan dengan produk lain dan harga bersaing (Bharadwaj, 1993).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan perangkat sofware AMOS 18 dan SPSS 19. Dengan teknik pengumpulan data yaitu 1) teknik angket dan 2) teknik survey. Skala penilaian dengan Skala Likert yaitu:

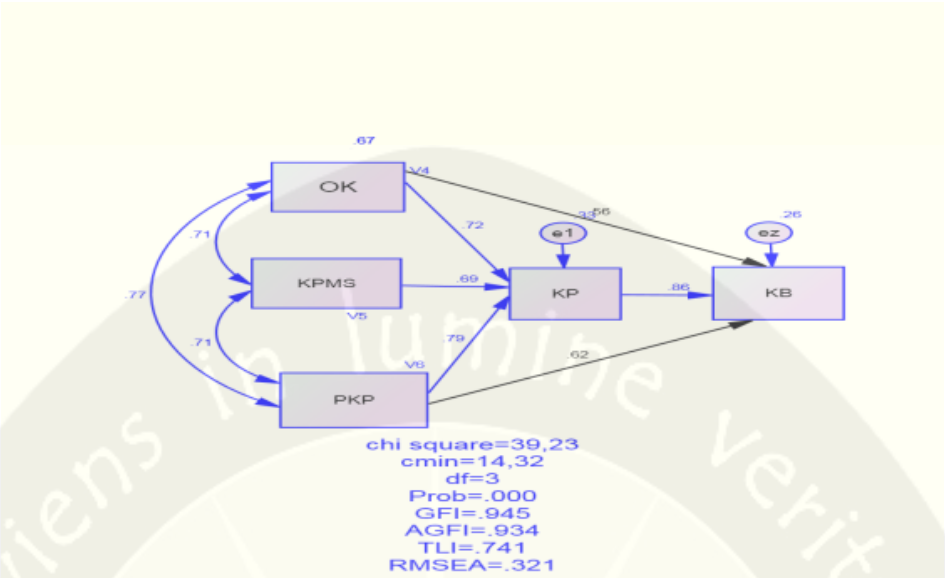


1 7

HASIL ANALISIS

Hasil Pengujian Hipotesis Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Peran Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Perusahaan secara simultan dari hasil analisis jalur dengan menggunakan bantuan sofware AMOS 18, diperoleh hasilnya seperti ditunjukkan oleh gambar sebagai berikut



Keterangan:
OK = Orientasi Kewirausahaan
KPMS = Kapabilitas Pemasaran
PKP = Peran Kebijakan Pemerintah
KP =Kinerja Perusahaan
KB = Keunggulan Bersaing
ε Faktor-faktor lain di luar variabel penelitian

Hasil Analisis Jalur

Analisis path dalam bentuk persamaan disajikan sebagai berikut:

KP= PKPOK+PKPKPMS+PKPPKP+□1
=0,72 + 0,69 + 0,79 + 0,28
R^2 KP.OK.KPMS.PKP =0,67
PKP□1= 1 - R^2 KP.OK.KPMS.PKP
= 1-0,67 = 0,33
= 33%

Artinya informasi yang terkandung dalam data 67% dapat dijelaskan oleh model sedangkan 33% dijelaskan oleh variabel lain di luar model dan error.

KB=PKBKP.KP+□z
= 0,86.0.86= 0,739
R^2 KB.OK.KPMS.PKP =0,739 (0,74)
PKP□z= 1 - R^2 KB.OK.KPMS.PKP
= 1-0,74= 0,26
= 26%

Artinya informasi yang terkandung dalam data 74% dapat dijelaskan oleh model sedangkan 26% dijelaskan oleh variabel lain di luar model dan error.

Tabel 4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel Independen	Variabel Dependen	Efek		
		Direct	Indirect	Total
OK	KP	0,72	0,000	0,72
KPMS	KP	0,69	0,000	0,69
PKP	KP	0,79	0,000	0,79
OK	KB	0,56	0,62	-0,06
KPMS	KB	0,58	0,59	-0,01
PKP	KB	0,62	0,68	-0,06
KP	KB	0,86		

Sumber: Hasil Penelitian, 2011

Tabel 4 memperlihatkan bahwa pengaruh langsung yang tertinggi adalah PKP (Peran Kebijakan Pemerintah) terhadap Kinerja Perusahaan (KP) yaitu 0,79 dan yang paling rendah adalah OK (Orientasi Kewirausahaan) terhadap Keunggulan Bersaing yaitu sebesar 0,56. Sedangkan yang memiliki hubungan tidak langsung yaitu OK terhadap KB sebesar 0,62, sedangkan KPMS terhadap KB sebesar 0,59 dan PKP terhadap KB sebesar 0,62.

PEMBAHASAN

Orientasi Kewirausahaan berpengaruh Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Dalam penelitian ini ada masukan yang sangat berarti yaitu adanya kemampuan melihat peluang, kemampuan berkreativitas dan kemampuan proaktifitas memberikan kemudahan bagi para pengusaha batik dalam membangun usahanya. Adanya pengaruh yang kuat sebesar 0,72 memberikan makna bahwa dengan memiliki OK, pengusaha batik Pekalongan akan dapat mengatasi permasalahannya terutama dalam menghadapi persaingan batik China. Pengaruh positif dan signifikan dari hasil penelitian ini, bila dilihat di lapangan dapat dicontohkan bahwa ada keyakinan yang kuat dari para pengusaha batik Pekalongan dengan terus memasarkan produknya di Pasar Tanah Abang dan menelusur dengan diversifikasi produk, artinya OK yang ada yaitu kemampuan melihat peluang dan kemampuan berkreativitas diterapkan dengan tepat.

Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Pengaruhnya cukup kuat

yaitu 0,69. Hal ini diperkuat dengan studi Haas dan Hansen (2005) menyatakan bahwa kapabilitas dapat menjadi kaku dan memberi dampak negatif pada beberapa aspek kinerja perusahaan. Studi yang dilakukan Krasnikov dan Jayachandran (2008) dengan menggunakan bivariate correlation untuk menguji hubungan antara kapabilitas pemasaran terhadap kinerja perusahaan. Didapati kapabilitas pemasaran memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja perusahaan. Studi Eisenhardt dan martin (2000) menyatakan kapabilitas yang menjadi pendorong kinerja perusahaan. Ini tentunya menjadi masukan yang berarti bagi pengusaha kecil industri batik Pekalongan dalam menghadapi persaingan yang ketat di Pasar Tanah Abang.

Peran Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh peran kebijakan pemerintah positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Pengaruhnya paling besar yaitu 0,79 dibandingkan dengan variabel lainnya. Ini menunjukkan bahwa peran kebijakan pemerintah berkenaan dengan pasar bebas terutama masuknya produk batik China ke Indonesia amat diperlukan peranannya. Pemerintah harus mengatur dalam pengelolaan masuknya produk fashion dan kain dari China yang membanjiri pasar-pasar di Indonesia. China bukan hanya membanjiri produk elektronik, mainan anak tetapi juga merambah industri batik dan kain. Ini harus ada kejelasan regulasi sehingga dapat mengatasi produk-produk China.

Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, walaupun pengaruhnya 0,56 tetapi harus menjadi prioritas dalam membangun keunggulan bersaing. Para pengusaha yang memiliki OK yang baik akan dapat mengatasi persaingan sehingga keunggulan bersaing pun harus dapat diterapkan. Walaupun nilainya cukup kuat tetapi adanya keunggulan bersaing seperti produk yang unik, tidak dapat ditiru, harga bersaing dapat diterapkan oleh pengusaha batik Pekalongan. Ini disadari bahwa batik China sangat lemah dalam kualitas. Produk yang diciptakan hanya pantas untuk sekali pemakaian. China belum mampu membuat batik yang sifatnya unik seperti batik-batik tulis. Seandainya batik printing pun mutunya amat jelek. Sehingga OK yang ada seperti kreativitas, melihat peluang dan proaktifitas harus terus dilakukan secara terus menerus sehingga keunggulan bersaing pun dapat kontinyu.

Kapabilitas Pemasaran pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kapabilitas pemasaran positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yaitu sebesar 0,58. Pengaruh yang cukup kuat ini menjadi alat bagi para pengusaha batik Pekalongan untuk selalu siap dengan produk-produk yang kreatif dan inovatif. Kapabilitas pemasaran harus dimiliki oleh para

pengusaha batik Pekalongan sehingga terus survive dengan produk andalannya. Ketakutan dengan produk-produk China harus diatasi dengan produk yang unggul sehingga keunggulan bersaing pun dapat terus berkelanjutan. Memang ketika berhadapan dengan pesaing lokal tidak memberikan rasa 'gregetan' dibandingkan dengan China yang membuat 'darah naik pitam', karena dengan enaknya China mendatangkan produk-produknya dalam jumlah yang teramat besar dan sifatnya dari hulu ke hilir.

Peran Kebijakan Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh peran kebijakan pemerintah positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pengaruhnya cukup kuat yaitu 0,62. Ini harus menjadi prioritas pemerintah bahwa sudah saatnya pemerintah membuka diri kepada para pengusaha batik terutama yang pemasarannya di Tanah Abang. Artinya pemerintah melalui pemerintah daerah untuk terus memberikan pelatihan dan penyadaran bahwa para pengusaha batik harus berkreativitas dengan memproduksi produk batik yang berdaya saing sehingga apapun kondisinya batik Indonesia dapat berkelanjutan dalam usahanya. Ini juga perlu penyadaran bahwa usaha yang dimiliki bukan hanya sebagai usaha sampingan, usaha keturunan, ataupun usaha asal jalan saja. Tetapi harus ditanamkan bahwa usaha batik merupakan tumpuan negara karena berlandaskan pada budaya bangsa untuk itu perlu dilestarikan dan memperbaiki perekonomian bangsa.

Kinerja Perusahaan pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing

Berjalannya suatu perusahaan atau unit bisnis batik tentunya harus memiliki daya saing yang kuat, apalagi batik berhadapan dengan China. Jadi pengusaha batik Pekalongan harus berkeyakinan dapat menjalankan usahanya dengan baik. Dengan berorientasi pada pertumbuhan bisnis dan masa yang akan datang berarti pengusaha dapat mengantisipasi untuk terus berkelanjutan. Ini tentunya diperlukan perubahan produk artinya keunggulan bersaing harus diterapkan dengan benar sehingga mengena sasaran. Produk yang unik, tidak mudah ditiru, tidak mudah digantikan dengan produk yang lain dan harga bersaing. Kalau hal tersebut dilakukan oleh seluruh pengusaha batik Pekalongan, maka Pasar Tanah Abang akan terbanjiri oleh produk batik kita yang lebih unggul dan konsumenpun akan lebih memilih produk kita. Jadi penetapan harga yang amat murah bagi batik China bukanlah menjadi keunggulan yang berdaya saing bagi produk Indonesia terutama batik Pekalongan.

KESIMPULAN

a. Kontribusi OK, KPMS dan PKP terhadap KP sebesar 67% dan sisanya 33% diperngaruhi variabel di luar variabel yang diteliti. Variabel PKP berpengaruh paling besar terhadap KP yaitu 0,79. Adanya kejelasan regulasi dan implementasi pemerintah terhadap regulasi berkenaan dengan UMKM tentunya

akan memberikan dampak positif bagi para pengusaha kecil, ini menjadi pendorong artinya ketika pengusaha kecil terutama pengusaha industri batik Pekalongan berhadapan dengan tantangan baru yaitu perdagangan China, maka pemerintah memberikan solusi yang bijak.

b. Kontribusi OK, KPMS dan PKP terhadap KB sebesar 74% dan sisanya 26% dipengaruhi di luar variabel yang diteliti. Pengaruh OK, KPMS dan PKP secara parsial dan secara tidak langsung terhadap KB melalui KP sebesar 0,62, 0,59 dan 0,68. Adanya pengaruh secara tidak langsung ini ternyata variabel PKP juga berpengaruh secara tidak langsung paling besar yaitu 0,68.

c. Pengaruh KP terhadap KB sebesar 0,86, pengaruhnya sangat kuat dan ini menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan dalam bisnis yang ada dan posisi perusahaan di masa datang (pengembangan produk baru dan diversifikasi) akan berpengaruh sangat kuat pada kekuatan keunggulan bersaing yaitu keunikan produk, produk tidak mudah ditiru dan harga bersaing.

SARAN

a. Saran bagi peneliti selanjutnya

a) Penelitian berkenaan dengan UMKM sangatlah menarik apalagi bila dikaitkan dengan OK, KPMS dan PKP. Untuk itu diharapkan bagi studi penelitian selanjutnya dapat diperdalam dengan model yang berbeda, penambahan indikator dan dapat menggali variabel lain selain variabel yang diteliti.

b) Penambahan sampel dalam penelitian selanjutnya sehingga akan lebih meluas dari Kabupaten dan Kota Pekalongan atau bahkan batik di pesisir yang memasarkan produknya ke Tanah Abang.

c) Responden pada penelitian ini yang terbanyak berpendidikan SD, untuk itu bentuk kuesioner bukan hanya bersifat tertutu tetapi ada aspek kualitatif sehingga bisa menggali ide-ide atau perspektif baru sehingga akan semakin makro dalam mengatasi permasalahan yang ada.

b. Saran bagi praktisi dan pemerintah

PKP sangatlah ditunggu para wirausahaan/pengusaha kecil industri batik, untuk itu pemerintah sudah harus membuka diri dengan pembinaan terutama dalam menghadapi perdagangan besas seperti masuknya China. Ini penting karena dukungan dan kepedulian pemerintah baik pusat maupun daerah akan memberikan kekuatan bagi pengusaha kecil dalam berusaha. Apalagi berhadapan dengan China yang sudah mengalahkan dari berbagai jenis produk dengan negara manapun, namun keunggulan bersaing sebenarnya ada di produk batik Indonesia secara umum dan batik Pekalongan secara khususnya. Artinya produk batik yang diluncurkan China ke Indonesia terutama Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat bukanlah produk unggulan tetapi merupakan produk ‘murahan’ dalam kualitas bahan baku dan proses pengerjaannya. Namun pemerintah tetap harus memberikan masukan dan pembinaan:

- Penciptaan *unique product* dengan bahan baku yang tidak kalah

dengan China seperti pembuatan batik printing yang berbeda dengan China. Batik tulis yang tidak bisa ditiru dan dilakukan China.

- Wirausaha/Pengusaha harus terus belajar tanpa henti. Artinya ini harus ditanamkan pemerintah kepada wirausahawan batik bahwa dengan belajar dan belajar maka inovasi tiada henti dan itu yang dapat mengalahkan batik China.
- Keyakinan bahwa wirausaha batik Pekalongan mampu memberikan terbaik dan siap dengan pesaing manapun baik lokal maupun global.

DAFTAR PUSTAKA

Barney, Jay. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, Journal of Management, Vol.17, No.1, p.99-120, 1991

Bharadwaj, Sundar G, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn. "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions". Journal of Marketing. Vol.57, Oktober, 1993

Day, George, "Tke Capabiliities of Market Driven Organization", Journal of Marketing, 1994

Eisenhardt, Kathleen and Jefrey Martin, "Dynamic Capabilities: What Are they?" Strategic Management Journal, 2000

Faisal Affif, *Kepemimpinan dan Kewirausahaan Multi Talenta*, ASEAN PLAN CONS, 2012.

Ferdinan, A, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang, UNDIP, 2005.

Haas, Martine and Morten Hansen, "When Using Knowle dge can Hurt Performance: the Value of Organizational Capabilities in a management Consulting Company, strategy management Journal, 2005

Katz, Jerome &Richard P. Green, Entrepreneurial Small Business, Mc Graw-Hill, 2011.

Kuratko, Donald F, Introduction to Entrepreneuship, South Western, 2009

Kotler, Philip, *Keunggulan Bersaing*, Mc.Graw-Hill, 2008.

Marzuki, Pemikiran dan Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM di Indonesia, 2006

Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, *Path Analysis*, Alfabeta, Bandung, 2002

Shaker A. Zahra and Mike Wright, Entrepreneurship's Next Act, Copyright of the Academy of Management, all rights reserved. Contents may not be copied, emailed, posted to a listserv, or otherwise transmitted without the copyright holder's express written permission.
Users may print, download, or email articles for individual use only. http://dx.doi.org/10.5465/amp.2010.0149, 2011

Simanjuntak, Payaman J. *Manajemen dan Evaluasi Kerja.* Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta, 2005.

Thornberry, Neal, Lead Like an Entrepreneur, McGraw-Hill, 2006.

Wibowo. *Manajemen Kinerja*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2008.

http://id.scribd.com/doc/48465598/Peran-Pemerintah-Daerah-dalam-memberdayakan-Usaha-Kecil-Menengah-dan-koperasi-di-daerah-erupsi-Merapi

STUDENT ENTERPRENEURIAL MANAGEMENT STRATEGIES BASED ON SCIENCE AND TECHNOLOGY

Endro Yuwono[1)]
Taufik Budhi Pramono[1)]
Rahab[1)]
E-mail : tb1pram@yahoo.com
rahab_inc@yahoo.co.id
[1)]Science and Technology Program Management for Enterpreneurship
Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

The successfull of student entrepreneurship program depends on the design of an integrated entrepreneurship program, focused and systematic. Designing entrepreneurship programs have touched the cognitive, affective and psychomotoric. Entrepreneurial activity is also designed to allow students directly involved in business activities with reference to the core competencies of each department or business carried on through Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK) programs. Strategy of IBK management include entrepreneurial training, the practice of entrepreneurship, internship in Small and Medium Enterprises (SMEs), production of technical assistance, business development, promoting fairs / exhibitions, channeling the investor, production technology asistance, human resource development, accessing market, legal and others. IBK program on first years has successfully createdsix entrepreneurs of twentytenantwho attended onIBK program. The field of business is Graphic Design Services, Organic Vegetable Agribusiness, Bakery, Garut Sheep cultivation, and Mushroom and White Rat.

Keywords: *technopreneurship, tenant, student, university*

ABSTRAK

Keberhasilan program wirausaha mahasiswa sangat bergantung pada desain program kewirausahaan yang terpadu, terarah dan sistematis. Perancangan desain program kewirausahaan harus menyentuh aspek kognitif, afektif dan psikomotorik. Kegiatan kewirausahaan juga dirancang agar memungkinkan mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan usaha dengan tetap mengacu pada kompetensi inti dari setiap fakultas atau usaha yang dijalankan melalui Program Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK). Strategi pengelolaan IbK meliputi pelatihan kewirausahaan, praktek kewirausahaan, magang kerja di Usaha Kecil Menengah (UKM) yang sejenis, bantuan teknis pengembangan produksi, pengembangan usaha, bazar/pameran, *channelling* dengan investor, bantuan alat produksi, manajemen SDM, pengembangan SDM, akses pasar, legalitas dan lainnya. Program IbK pada tahun 2011 telah berhasil melahirkan 6 mahasiswa sebagai wirausaha mandiri dari 21 mahasiswa yang mengikuti program IbK dengan bidang usaha, yaitu: Jasa Desain Grafis (IT), Agribisnis Sayur Organik, Industri Kecil Bakery (Kue dan Roti), Budidaya Domba Garut, dan Agribisnis Jamur Tiram dan Peternakan Tikus Putih.

Kata kunci : pengelolaan, tenant, IbK dan ipteks

PENDAHULUAN

Pengembangan *technopreneurship* yang telah dirintis oleh Universitas Jenderal Soedirman diakui masih belum bisa menjawab tantangan dalam mencetak lulusan yang siap dan mau menjadi entreperenurship

(Yuwono *et.al.*, 2011). Hal tersebut disebabkan antara lain: belum optimalnya pengembangan techno-preneurship di UNSOED, keterbatasaan sarana dan prasarana pengembangan technopreneurship, masih minimnya kerjasama antar lembaga dalam hal ini Unsoed dengan pihak-pihak eksternal (Yuwono *et.al.*, 2011). Pengembangan Inkubator bisnis di UNSOED memiliki peran penting dalam menciptakan techno-preneurship namun pada saat ini keberadaannya masih perlu ditingkatkan baik menyangkut infrastruktur maupun sistem pengelolaanya. Program-program *technopreneurship* yang telah dirintis perlu dilakukan penguatan sehingga mampu menjadi wadah yang dapat dimanfaatkan terutama bagi mahasiswa sebagai calon techno-preneur. Pengembangan technopreneurship di Unsoed bertujuan untuk meningkatkan entrepreneurship dengan mengembangkan pendidikan kewirausahaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi guna mendorong terciptanya techno-preneur-technopreneur baru.

Pendidikan kewirausahaan berbasis teknologi, atau dikenal dengan istilah *technopreneurship*, merupakan upaya untuk mensinergikan antara teori dan praktik dari berbagai kompetensi bidang ilmu yang berkaitan dengan teknologi dan industri. Karena itu, pendidikan kewirausahaan teknologi *(technopreneurship)* dapat dijadikan sebagai sebuah proses pembelajaran beratmosfir bisnis. Pendidikan *technopreneurship* ke depan sangat memungkinkan untuk lebih dikembangkan dan disinergikan dengan kurikulum pendidikan di Unsoed.

Perlu disadari bahwa, dalam pengembangan technoprenuership di Unsoed masih dihadapkan pada berbagai permasalahan baik belum adanya kebijakan maupun kesiapan dari perguruan tinggi (tenaga pengajar dan Infrastruktur pendidikan). Menyadari akan kelemahan dan adanya potensi dan sumberdaya yang belum dioptimalkan oleh Unsoed berkaitan dengan upaya menumbuhkan motivasi berwirausaha, diperlukan desain program kewirausahaan yang terpadu, terarah dan sistematis agar mampu menumbuhkan sikap ulet, inovatif, semangat kerja yang tinggi, terampil dan berdaya saing. Perancangan desain program kewirausahaan harus menyentuh aspek kognitif, afektif dan psikomotorik. Kegiatan kewirausahaan juga dirancang agar memungkinkan mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan rutin pada perusahaan dengan tetap mengacu pada kompetensi inti dari setiap fakultasmelalui program Ipteks bagi kewirausahaan. Melalui program ini diharapkan akan mencetak wirausaha baru yang berasal dari mahasiswa Unsoed dengan memiliki pengetahuan dan ketrampilan bisnis secara komprehensif. Penelitian ini akan memaparkan kondisi faktual mengenai strategi pengembangan *technopreneurship* yang telah diimplementasikan pada mahasiswa UNSOED melalui program ipteks bagi kewirausahaan. Praktik-praktik yang telah dilakukan tenant pada program IbK yang diuraikan dalam makalah ini diharapkan dapat

menjadi *lesson learned* bagi mahasiswa dan pengampu program kewirausahaan di fakultas maupun di perguruan tinggi lain untuk lebih menginternalisasikan semangat dan di kalangan mahasiswa praktik *technopreneurship*.

METODE

Seleksi tenant

Kegiatan seleksi dilakukan pada tahun 2011 saat awal program IbK. Peserta IbK adalah mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) yang telah mendapatkan Program Kreatifitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) yang jumlahnya ada 22 kelompok dan mahasiswa yang pernah mendapatkan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang jumlahnya 52 kelompok serta mahasiswa yang telah melakukan wirausaha mandiri. Seleksi peserta dilakukan berdasarkan kriteria minat, motivasi, pengalaman calon peserta dalam berwirausaha dan kinerja kegiatan usahanya.

Metode Seleksi

Metode seleksi yang digunakan meliputi, presentasi usaha dilanjutkan wawancara, dan observasi/kunjungan langsung terhadap usaha yang telah dirintis oleh calon peserta. Jumlah total calon tenant/peserta yang mengikuti Program IbK sebanyak 20 orang. Hasil seleksi akan diperoleh dua kelompok calon tenant, yaitu kelompok yang masih memerlukan pembekalan dasar-dasar kewirausahaan dan kelompok yang membutuhkan pembinaan kewirausahaan lanjut.

Jenis kegiatan IbK berbasis ipteks ditentukan tergantung kebutuhan tenant saat kegiatan IbK mulai dilaksanakan. Kegiatan wirausaha dengan sentuhan berbasis ipteks dilakukan dengan mengindentifikasi kegiatan usaha tenant yang memiliki potensi pengembangan bisnis lebih lanjut.

Evaluasi

Program IbK melakukan evaluasi usaha tenant setiap bulan yaitu dengan langsung menerima laporan perkembangan usaha. Setiap tiga bulan sekali dilakukan monitoring ke lokasi usaha tenant.

Evaluasi secara menyeluruh berbagai kegiatan yang telah dilakukan selama 1 periode yang didasarkan pada evaluasi masing-masing kegiatan. Evaluasi untuk membandingkan antara rencana dengan capaian yang diperoleh. Hasil evaluasi akan menjadi rekomendasi bagi perbaikan IbK tahun selanjutnya.

HASIL ANALISIS

Hasil Seleksi

Hasil seleksi yang dilakukan diperoleh 21 orang tenant yang berasal dari berbagai fakultas dan beragam jenis usaha. Gambaran karakteristik tenant berasal dari program PKM-K sebanyak 2 orang, Program Mahasiswa Wirausaha 11 orang dan Usaha Mandiri 8 orang.

Kegiatan usaha tenant yang berorientasi pada produk sebanyak 18 orang dan 3 orang berupa jasa. Potensi bisnis dari kegiatan usaha yang dilakukan tenant setelah diidentifikasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tindak lanjut dari hasil identifikasi potensi bisnis yang dapat dikembangkan kemudian dibuat daftar program pelatihan teknologi (Tabel 2). Pelatihan teknologi dilakukan dengan cara mengirimkan tenant ke Laboratorium-laboratorium dan pakar keilmuan terkait yang ada di lingkungan Unsoed serta UKM.

Evaluasi fasilitasi pelatihan teknologi yang diberikan kepada tenant senantiasa dilakukan dengan acara melakukan monitoring ke lokasi usaha. Kemampuan penerapan teknologi untuk perbaikan dan pengembangan usaha merupakan indikator keberhasilannya.

Beberapa contoh kasus yang telah berhasil menerapkan ipteks pada usahanya adalah Anggi Dwi Laksono yang telah mampu membuat inokulasi dan sterilisasi bibit jamur sendiri. Hal ini berdampak pada ketersediaan, kualitas dan efisiensi biaya produksi budidaya jamur. Selain itu, Billy Prihatna dan Asep Nasirin yang melakukan usaha Peternakan Kambing Etawa dan Penggemukan Domba, mereka telah mampu membuat teknologi pakan awetan yang sangat bermanfaat bagi penyediaan pakan dan nutrisi ternak.

Dalam bidang usaha perikanan, para tenant diberikan teknologi kawin suntik, pengadaan pakan alami dan teknik formulasi pakan buatan baik mikrokapsul maupun pakan pellet. Untuk teknologi kawin suntik yang diterapkan oleh tenant Eko Fredy Sutrisno sangat bermanfaat dalam penyediaan larva/benih yang tepat waktu, jumlah, kualitas dan harga. Teknologi pembuatan pakan alami untuk benih juga untuk mengantisipasi ketersediaannya akibat musim, dimana pada musim penghujan kelimpahannya sangat terbatas. Pakan buatan yang dibuat pun menjadi faktor untuk efisiensi biaya produksi, dimana lebih dari 60% biaya produksi sangat tergantung dari pakan.

Tabel: 1
Potensi Usaha Tenant Program IbK Unsoed Tahun 2011

No	NAMA	FAKULTAS	POTENSI BISNIS
1.	Billy Prihatna	Peternakan	Diversifikasi Produk (Pupuk Organik Padat dan Cair), Pengawetan pakan, Susu Aneka Rasa
2.	Melani	Ekonomi	Pengembangan Desain Produk Tas
3.	Eko Fredy Sutrisno	Sains dan Teknik/Perikanan dan Kelautan	Peningkatan Produktifitas Benih Lele dengan Hormon, Pembuatan Pakan Larva
4.	Chandra Gumelar	Pertanian/Agribisnis	Keanekaragaman Produk Roti dan Kemasan
5.	Arif Akhmad Rozaq	Pertanian/ITP	Peningkatan Pertumbuhan Lele dengan Teknologi Prebiotik
6.	Septian Nugraha	FISIP/Sosiologi	Digital Printing
7.	Ika Herwigiati	Pertanian/ITP	Pembuatan Pewangi Pakaian, Sabun dan Deterjen untuk Laundry
8.	Afifah Noor Hidayah	Peternakan	Pengembangan aneka produk dan Kemasan, Rumah Produksi Lumpia
9.	Teguh Budi Nugraha	Pertanian/ITP	Peningkatan Pertumbuhan Lele Sangkuriang dengan Teknologi Prebiotik
10.	Nurrokhman	Sains dan Teknik/MIPA/TI	Software House
11.	Suprastini	Biologi	Grosir dan Retail Underwear Collection
12.	Anggi Wahyu DL	FISIP/Ilmu Komunikasi	Diversifikasi Produk Olahan Jamur, kemasan Jamur Tiram
13.	M. Khaby Faisol	Pertanian/Agroteknologi	Panti benih ikan patin
14.	Zulfa Karimah	Pertanian/Agroteknologi	Peningktan Produksi Sayur Organik
15.	Faidh Husna	FKIK/Kedokteran	Outlet Clothing Distro
16.	Dinnur Fithri M	Peternakan	Pengembangan model Fasion, Accessoris+Kotak kado
17.	Guruh	Sains dan	Robotik Education

	Syahrani	Teknik/Teknik Informatika	
18.	Dwiky Alfikriyadi Lutfi	Peternakan	Peningkatan Kapasitas Produksi Kelinci Hias
19.	Asep Nasirin	Peternakan	Peningkatan Kapasitas Produksi Domba dan Perluasan Pemasaran
20.	Fitria Dewi S	Biologi	Tikus Putih Beku Ekspor
21.	Chondro Kartiko	F SainTeknik/TI	Keanekaragaman Produk Tiga Putra Bakery

Tabel 2.
Fasilitas Pelatihan Tenant IbK Unsoed Tahun 2011

No	NAMA TENANT	FASILITAS PELATIHAN
1	Billy Prihatna	1. Tata laksana budidaya kambing Etawa 2. Pembuatan pakan awetan dan pengelolaan limbah 3. Penanganan Susu Kambing 4. Pelatihan Manajemen Keuangan
2.	Melani	1. Pelatihan Pemasaran
3	Eko Fredy Sutrisno	1. Teknik Induced Breeding 2. Pembuatan pakan formula larva 3. Pembuatan Pakan Pellet dan Mikrokapsul 4. Pelatihan Manajemen Keuangan
4	Chandra Gumelar	1. Pelatihan Manajemen Keuangan 2. Pelatihan Pembuatan Kue Khusus Penderita diabetes
5	Arif Akhmad Rozaq	1. Pelatihan pembuatan pellet dan mikrokapsul 2. Pelatihan manajemen pemberian pakan 3. Pelatihan manajemen kesehatan ikan 4. Pelatihan teknik kawin suntik 5. Pelatihan Manajemen Keuangan
6	Septian Nugraha	1. Pelatihan Manajemen Keuangan 2. Pelatihan Desain Grafis dan Percetakan
7	Ika Herwigiati	1. Pelatihan pembuatan Pewangi Pakaian 2. Pelatihan Pembuatan Mesin Pengering 3. Pelatihan manajemen keuangan 4. Pelatihan manajemen pemasaran
8	Afifah Noor Hidayah	1. Pelatihan Manajemen Keuangan 2. Pelatihan Pemasaran 3. Pelatihan Lumpia Kering
9	Teguh Budi Nugraha	1. Pelatihan pembuatan pellet dan mikrokapsul 2. Pelatihan manajemen pemberian pakan

		3. Pelatihan manajemen kesehatan 4. Pelatihan teknik kawin suntik 5. Pelatihan Manajemen Keuangan
10	Nurrokhman	1. Pelatihan Desain Grafis dengan Pen Tablet 2. Pelatihan Manajemen Keuangan
11	Suprastini	1. Pelatihan Manajemen Keuangan 2. Pelatihan manajemen Pemasaran
12	Anggi Wahyu DL	1. Pelatihan teknologi inokulasi dan sterilisasi 2. Pelatihan Pengolahan limbah 3. Pelatihan Packaging
13	M. Khaby Faisol	1. Pelatihan pembuatan pellet dan mikrokapsul 2. Pelatihan manajemen pemberian pakan 3. Pelatihan manajemen kesehatan 4. Pelatihan manajemen keuangan
14	Zulfa Karimah	1. Pelatihan manajemen keuangan 2. Pelatihan rancang bangun aquaponik
15	Faidh Husna	1. Pelatihan desain grafis
16	Dinnur Fithri M	1. Pelatihan Manajemen Keuangan 2. Pelatihan Manajemen Pemasaran
17	Guruh Syahrani	1. Pelatihan perakitan mainan elektronik
18	Dwiky Alfikriyadi Lutfi	1. Pelatihan pembuatan pakan kelinci
19	Asep Nasirin	1. Pelatihan Inseminasi Buatan 2. Pelatihan pembuatan pakan awetan
20	Fitria Dewi S	1. Pelatihan pembuatan pakan tikus 2. Pelatihan reproduksi tikus dan mencit
21	Chondro Kartiko	1. Pelatihan manajemen keuangan 2. Pelatihan Pembuatan roti aneka rasa

Tabel 3.
Kondisi Usaha Mahasiswa Sebelum dan Setelah Menjadi Tenant

No	NAMA	KONDISI SEBELUM JADI TENANT	KONDISI SETELAH JADI TENANT
1	Billy Prihatna	Penggunaan pakan belum diolah, belum ada penanganan limbah	Penggunaan pakan awetan dan fermentasi, telah melakukan penanganan limbah dan pemanfatan limbah dalam bentuk pupuk organic. Telah mampu memperoleh investor rp. 50.000.000,-
2	Melani	Mampu memproduksi berbagai model tas	Tidak aktif

3	Eko Fredy Sutrisno	Pemijahan Lele secara alami	Pemijahan Lele menggunakan Hormon, mampu membuat formula pakan untuk larva (mengatasi ketergantungan cacing sutera), penggunaan probiotik untuk pencegahan penyakit
4	Chandra Gumelar	Usaha kecil-kecilan , penjualan lingkup teman	Peningkatan kemampuan pembuatan roti dan kemasan
5	Arif Akhmad Rozaq	Populasi lele terbatas	Peningkatan produktivitas dengan penambahan probiotik pada pakan dan bekerjasama dengan mitra IbK
6	Septian Nugraha	Berstatus karyawan Desain Grafis dan usaha kecil-kecilan	Mampu berusaha secara mandiri (freelance) dan jangkauan klien semakin luas Bralingmascakeb baik perorangan, perusahaan maupun instansi pemerintah
7	Ika Herwigiati	Pemasaran masih lingkup teman	Jasa Laundry meningkat dan diversifikasi penjualan pewangi laundry
8	Afifah Noor Hidayah	Pemasaran lumpia masih lingkup teman	Pemasaran semakin luas ke fakultas lain dan jumlah produksi meningkat
9	Teguh Budi Nugraha	Usaha baru 1 kolam	Sudah memiliki 3 kolam, Peningkatan produktivitas, sudah mampu menggunakan pakan ditambah probiotik
10	Nurrokhman	Jasa masih dalam lingkup terbatas (teman)	Order meningkat dan jangkauan pasar sudah mencapai Surabaya, Jakarta dan pemasaran melalui marketing online. Tenant juga dilatih kepercayaan diri dalam mempresentasikan produk jasanya.
11	Suprastini	Model penjualan langsung door to door di lingkungan kost-kostan	Mempu menjadi agen dan jangkauan pasar sudah di tiga kota (Kebumen, Brebes dan Pubalingga)
12	Anggi Wahyu DL	Banyak terjadi kontaminasi pada pembuatan baglog, kapasitas produksi kecil (1000 baglog)	Sterilasisasi dan inokulasi semakin baik, produksi meningkat dan mampu membuat kemasan, kapasitas produksi mencapai 3000

			baglog. Telah memiliki brand dan kemasan yang baik
13	M. Khaby Faisol	Sekedar memelihara ikan patin	Peningkatan ketrampilan managemen pakan, pembuatan pakan
14	Zulfa Karimah	Skala usaha sangat terbatas	Skala usaha meningkat dan Kemasan Memasarkan ke grosir/swalayan Moro, Sri Ratu
15	Faidh Husna	Jumlah pemesanan barang masih terbatas dan dipasarkan lingkup teman	Peningkatan skill dan kreativitas desain
16	Dinnur Fithri M	Belum mempunyai tempat usaha	Sudah mampu menyewa tempat usaha
17	Guruh Syahrani	Modal masih terbatas	Tidak mengalami Perkembangan
18	Dwiky Alfikriyadi Lutfi	Populasi kelinci 3 pasang	Populasi kelinci menjadi 14 ekor
19	Asep Nasirin	Modal Usaha Rp. 25.000.000,-	Telah mampu mengelola modal investor Rp. 200.000.000,-
20	Fitria Dewi S	Jangkauan pemasaran masih lokal, Populasi Tikus Putih baru sekitar 250 ekor	Pengembangan mencit
21	Chondro Kartiko	Roti belum dikemas dengan baik, belum mempunyai ijin PIRT	Roti telah dikemas dan telah mendapatkan PIRT. Memperoleh investor sebesar Rp. 10.000.000,-

KESIMPULAN

Penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kegiatan wirausaha dilakukan dengan memanfaatkan laboratorium dan para pakar di universitas. Ipteks sangat memberikan manfaat bagi para tenant baik utamanya efisiensi dan peningkatan produksi sekaligus sebagai penciri utama wirausahawan dari perguruan tinggi.

SARAN

Perlunya pengembangan *techno park* yang terintegrasi di lingkungan Perguruan Tinggi dalam mendukung wirausaha berbasis ipteks.

DAFTAR PUSTAKA

Yuwono, E.. T.B. Pramono., Rahab., Mustaufik., Nurul Hidayat dan E. Prasasti Nurahmani 2011. Laporan Pelaksanaan Ipteks bagi Kewirausahaan.

ON LEADING COMMODITIES

Tri Kurniawati[1)]
Etty Puji Lestari[1)]
E-mail : nuning@ut.ac.id
ettypl@ut.ac.id
[1)]Lecturer at Faculty of Economics
Open University of Indonesia

ABSTRACT

SMEs have an important role in economy, especially in Indonesia. Some indicator data of macroeconomic indicates that SMEs have a major contribution to economic growth. Along with the development of regional economy, many problem found by local governments in developing SMEs, both internal and external. Comprehensive study was conducted to get the policy and recommendation for stakeholders to be able to increased in developing SMEs. This research examines the development of SMEs based on leading commodity in Nabire.

The methods using Analytic Hierarchy Process (AHP) to see the leading commodity featured in various sectors for development. It refers to the OTOP program, which quite successful in developing SMEs in Thailand. The results of the study indicate there are at least five major factors to consider in the development of SMEs. They are access to distribution networks or markets, limited capital, flexibility of pricing, training and accessibility of capital. Meanwhile, sub sector priorities to be developed are citrus plantation, cocoa plantations, rice and soybeans, small furniture industry and regional trade.

Keywords: *SME, Leading Commodity, Analytic Hierarchy Process*

ABSTRAK

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian, khususnya di Indonesia. Beberapa data indikator ekonomi makro menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Sejalan dengan perkembangan perekonomian daerah, banyak kendala yang dihadapi oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM yang berasal dari internal dan eksternal. Untuk itu dilakukan pengkajian yang komprehensif agar bisa memberikan informasi dan rekomendasi yang tepat bagi para stakeholder untuk dapat mengambil kebijakan yang tepat dalam mengembangkan UMKM. Penelitian ini ingin mengkaji pengembangan komoditas unggulan UMKM di Kabupaten Nabire.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk melihat komoditas unggulan di berbagai sektor cocok untuk dikembangkan. Metode ini mengacu pada metode yang dikembangkan Thailand melalui program OTOP, yang cukup sukses dalam mengembangkan UMKM di Thailand. Hasil kajian menunjukkan setidaknya terdapat lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM yaitu jaringan distribusi atau akses pasar, kebutuhan modal kerja, keleluasaan menetapkan harga, pelatihan dan aksesibilitas modal. Sementara itu subsektor prioritas pada tingkat kabupaten yang perlu dikembangkan adalah perkebunan jeruk, perkebunan coklat, tanaman padi dan kedelai, industri kecil mebel dan perdagangan.

Kata Kunci : UMKM, Komoditas Unggulan, Analytic Hierarchy Process

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada pertengahan tahun 2007 menyebabkan pertumbuhan ekonomi menurun. Penurunan ini bukan saja berakar pada kelemahan pada sektor moneter, namun juga diakibatkan lemahnya struktur ekonomi riil menghadapi gejolak dari luar dan dalam (*external and internal shock*). Sebelum krisis prioritas industri lebih ke industri hulu dan mengabaikan industri hilir karena diasumsikan jika industri hulu terbangun maka industri hilir akan mengikuti. Kenyataanya ketika krisis justru industri hulu terkena dampak yang signifikan.

Secara umum industri besar rawan terhadap gejolak dari luar karena tidak memiliki keterkaitan yang kuat baik kebelakang berupa penyediaan input (*backward linkage*) maupun kedepan (*forward linkage*). Terlambatnya promosi usaha kecil dan menengah (UKM) dalam program membangun industri hilir dan keberpihakan pemerintah terhadap pengembangan usaha besar berakibat peran yang menonjol pada usaha besar. Dengan demikian terjadi kepincangan yang cukup parah ketika krisis melanda. Industri besar menghadapi masalah serius dalam krisis ekonomi sedangkan UKM mampu menghadapi krisis tersebut. UKM bertahan karena menggunakan bahan baku lokal, pemakaian tenaga kerja dengan upah yang rendah, mampu menyesuaikan persediaan bahan baku dan berorientasi pasar.

Beberapa faktor diatas menempatkan UKM sebagai usaha yang memiliki keunggulan daya saing dan dinamika dalam pertumbuhan ekonomi. Para ahli juga berpendapat bahwa proses pemulihan ekonomi yang ditunjang oleh meningkatnya peran UKM secara signifikan. Hal ini menjadi bukti bahwa potensi UKM dalam pemulihan krisis ekonomi, yang muncul akibat kemampuannya untuk secara cepat mengubah dan mengalihkan pasar input outputnya dari input yang mahal pada input yang lebih murah menunjukkan bahwa UKM memiliki peran

strategis dalam ekonomi suatu negara.

Tabel 1. Perkembangan UKM dan Usaha Besar Tahun 2008-2009

No.	Indikator	satuan	2008		2009		Perkembangan	
			Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Unit Usaha								
1	UMKM	unit	51409612	99,99	52764603	99,99	1354991	2,64
2	Usaha besar	unit	4650	0,01	4677	0,01	27	0,58
Tenaga kerja								
1	UMKM	orang	94024278	97,15	96211332	97,30	2187054	2,33
2	Usaha besar	orang	2756205	2,85	2674671	2,70	(81534)	(2,96)
PDB								
1	UMKM	milyar	2613226,1	55,67	2993151	56,53	379925,7	14,54
2	Usaha besar	milyar	2080582,9	44,33	2301709	43,47	221126,2	10,63

Sumber : Departemen Koperasi, 2012

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa dari sisi unit usaha jumlah UKM di Indonesia sangat besar, bahkan hampir semua usaha terdiri dari usaha mikro kecil dan menengah, sebaliknya jumlah usaha besar hanya memberi kontribusi kurang dari dua persen. Sementara itu dari sisi penyerapan tenaga kerja, hampir 97 persen tenaga kerja terserap di sektor UKM, sisanya bekerja pada industri skala besar. Dilihat dari kontribusi terhadap PDB maka lebih dari separuh PDB disumbang oleh industri kecil dan menengah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan UKM untuk memperkokoh perekonomian semakin kuat.

Perkembangan UKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UKM, dan terbatasnya akses UKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UMKM di Indonesia, menyusul tingginya biaya

yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan (Depkop, 2011). Koperasi dan UKM juga menghadapi tantangan terutama yang ditimbulkan oleh pesatnya perkembangan globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan bersamaan dengan cepatnya tingkat kemajuan teknologi.

Artikel ini ingin mengkaji pengembangan UKM yang didasarkan komoditas unggulan di berbagai sektor cocok untuk dikembangkan. Metode yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang mengacu pada metode yang dikembangkan di Thailand melalui program OTOP, yang cukup sukses dalam mengembangkan UMKM di Thailand. Sementara sampel yang digunakan adalah kabupaten Nabire, Papua Barat. Dengan metode ini maka pemerintah daerah dapat menetapkan program yang lebih fokus untuk mengembangkan komoditas unggulan tertentu di suatu Kabupaten/Kota, sehingga tercipta lapangan pekerjaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Diharapkan komoditas unggulan ini dapat menggerakkan komoditas-komoditas lain karena bekerjanya mekanisme *backward linkages* maupun *forward linkages*. Dengan demikian pertumbuhan ekonomi secara umum akan meningkat.

METODE ANALISIS

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analytic Hierarchy Proccess* (AHP). Pada dasarnya AHP adalah metode yang memecah suatu masalah yang kompleks dan tidak terstruktur ke dalam kelompok-kelompoknya dan mengatur kelompok-kelompok tersebut ke dalam suatu hirarkhi. Selanjutnya akan memasukkan nilai numerik sebagai penganti persepsi manusia dalam melakukan perbandingan relatif dan akhirnya dengan suatu sintesa ditentukan elemen mana yang mempunyai prioritas tertinggi. Prinsip metode AHP adalah memberikan bobot tiap faktor, variabel, dan indikator dengan perbandingan antar faktor, variabel, indikator satu dengan lainnya. Bobot yang lebih besar dari suatu indikator, menunjukkan indikator yang lebih penting dibandingkan indikator lainnya dalam menentukan KPJU unggulan suatu daerah.

Dalam proses AHP ini dilakukan 3 tahap utama yaitu pembobotan, klasifikasi intensitas tiap indikator dan penentuan nilai intensitas tiap indikator dan peringkat (Bappeda Nabire, 2011).

1. Pembobotan terhadap faktor, variabel dan indikator, dilakukan oleh 15 orang *stakeholders* (responden) di tingkat kabupaten dengan menggunakan kuesioner AHP.
2. Langkah pertama yang digunakan adalah pembobotan untuk tujuan. Pembobotan tujuan ini berguna untuk mengetahui faktor apa yang menjadi prioritas tujuan dalam melakukan penguatan UKM. Secara umum, penguatan UKM di suatu daerah memiliki tiga tujuan utama yaitu pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan daya saing.
3. Pembobotan berikutnya adalah pembobotan kriteria. Pembobotan kriteria dimaksudkan untuk menetapkan kriteria yang akan

digunakan dalam pengembangan UKM di Kabupaten Nabire.

4. Matriks bobot sektor/sub sektor setiap distrik sampel. Matriks bobot sektor/sub sektor untuk setiap distrik yang digunakan sebagai sampel ditujukan untuk melihat persepsi para stakeholders di tingkat Kabupaten Nabire mengenai kondisi sektor/subsector di masing-masing distrik. Bobot yang lebih besar menunjukkan bahwa sektor/sub sektor tersebut lebih potensial dibandingkan sektor yang lain.

5. Pembobotan juga dilakukan di 6 Distrik yaitu Nabire Barat, Teluk Kimi, Nabire, Makimi, Uwapa, Wanggar.

6. Matriks bobot sektor/sub sektor untuk setiap distrik yang digunakan sebagai sampel ditujukan untuk melihat persepsi para stakeholders di tingkat distrik mengenai kondisi sektor/subsektor di distrik masing-masing

7. Hasil pembobotan responden diperoleh dengan rata-rata geometris sehingga menghasilkan satu bobot yang sama.

8. Klasifikasi intensitas tiap indikator. Sebelum diolah dengan *software expert choice*, setiap indikator baik yang berasal dari data primer maupun sekunder diklasifikasikan untuk memperoleh intensitas masing-masing. Data-data primer yang diperoleh dari kuesioner persepsi responden diolah dengan bantuan SPSS atau Microsoft Excell sehingga diperoleh tabulasi yang menunjukkan intensitas tiap-tiap indikator berdasarkan pemeringkatan. Intensitas tersebut berupa skala *likert* 1 sampai dengan 5 yang menunjukkan ukuran dari kondisi yang paling buruk sampai kondisi yang paling baik. Indikator-indikator kuantitatif berupa data sekunder *(existing statistics data)*, masing masing juga diklasifikasikan dengan menggunakan 'metode rata rata' dan 'metode distribusi' sehingga diperoleh intensitasnya ke dalam skala likert yang sama.

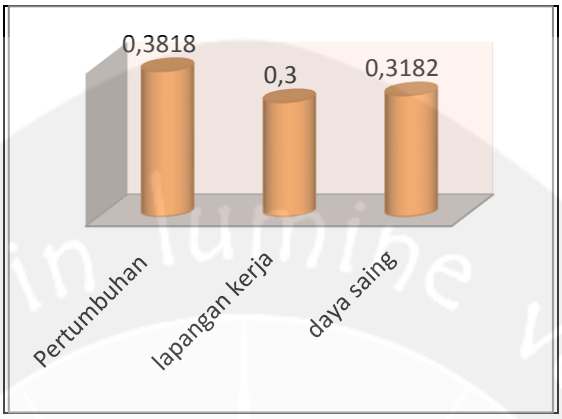
Daftar intensitas indikator-indikator yang berasal hasil olahan data primer berupa persepsi pelaku usaha tersebut di atas, dijadikan bahan masukan bagi peneliti untuk memperoleh intensitas akhir setiap indikator. Keputusan akhir atas intensitas setiap indikator dari panelis inilah yang selanjutnya akan diolah dengan menggunakan perangkat lunak *'expert choice'* untuk mendapatkan nilai intensitas tiap indikator dan peringkat KPJU unggulan di tingkat Kabupaten.

9. Penentuan nilai intensitas tiap indikator dan peringkat. Intensitas masing masing indikator kemudian dimasukkan ke dalam data base perangkat lunak *'expert choice'* berdasar hirarki dan bobot pemeringkatan yang telah ditentukan sebelumnya. Olahan perangkat lunak tersebut menghasilkan nilai masing masing indikator yang secara kumulatif membentuk urutan peringkat nilai dari yang tertinggi sampai yang terendah.

HASIL ANALISIS

Berdasarkan hasil kuesioner, FGD dan *indepth interview* diketahui bahwa pengembangan UMKM di Nabire diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi, meningkatkan daya saing, dan menciptakan lapangan kerja. Rata-rata bobot tujuan pengembangan

UMKM terbesar adalah pertumbuhan ekonomi (Gambar 1).

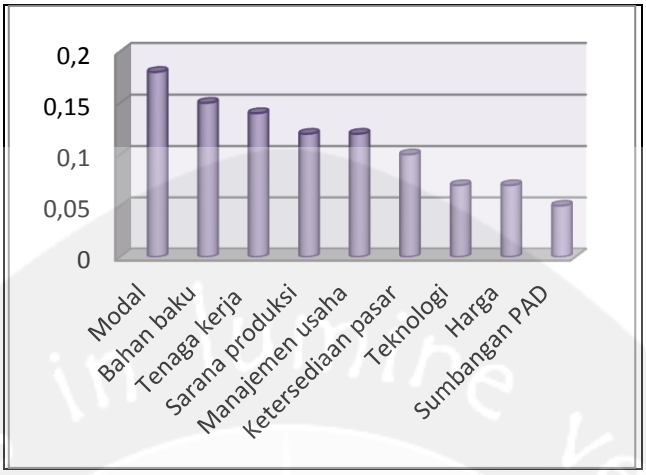


Gambar 1. Hasil Pembobotan AHP Tujuan Pengembangan UMKM

Hasil kajian menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi adalah prioritas utama dalam persepsi responden karena pertumbuhan ekonomi dipandang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Responden melihat bahwa tujuan usaha baik di sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, industri, perdagangan, pariwisata, maupun jasa adalah untuk meningkatkan kesejahteraan. Prioritas kedua secara rata-rata adalah peningkatan daya saing (rata-rata bobot 0,3182).

Ranking terakhir yang dipilih oleh responden penciptaan lapangan kerja (bobot rata-rata 0,3000). Bobot ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tetap harus memperhatikan penciptaan lapangan kerja. Selisih bobot antar tujuan yang tidak terlalu besar menunjukkan bahwa sebenarnya para pelaku usaha dan pemangku kepentingan menganggap bahwa tiga tujuan pengembangan UMKM ini tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lain. Ketiga tujuan ini harus mendapat perhatian dalam pengembangan UMKM terutama setelah KPJU unggulan terpilih (Bappeda Nabire, 2011).

Pengembangan UMKM tidak terlepas dari hal-hal yang penting untuk diperhatikan. Secara umum permasalahan pengembangan UMKM terkait dengan permasalah ketrampilan, manajemen usaha, permodalan, ketersediaan bahan baku, ketersediaan pasar, kemampuan mengadopsi teknologi dan lain-lain. Hasil kuesioner, *indepth interview* dan FGD menunjukkan hasil urutan berdasarkan tingkat kepentingan yang harus diperhatikan seperti Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Pembobotan AHP
Kriteria Pengembangan UMKM

Berdasarkan persepsi responden, hal utama yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM di Nabire adalah modal. Permodalan dipandang menjadi masalah yang paling penting untuk diperhatikan karena sebagian besar responden merasakan kesulitan mendapatkan modal. Bahan baku merupakan hal kedua yang dianggap penting untuk diperhatikan dalam pengembangan UMKM.

Menurut responden, aspek tenaga kerja merupakan aspek yang penting dalam pengembangan UMKM. Masalah tenaga kerja yang disoroti bukan dari sisi penciptaan lapangan kerja namun lebih dari sisi ketrampilan. Distrik Nabire Barat menyatakan keinginan untuk memanfaatkan balai latihan ketrampilan yang selama ini tidak berfungsi untuk mengembangkan ketrampilan SDM. Ketrampilan SDM yang bersifat kebiasaan dan diperoleh secara *learning by doing* maupun dilakukan karena telah bersifat turun temurun, dianggap menyebabkan hasil usaha terutama kerajinan tidak dapat berkembang optimal dan memiliki daya saing yang baik.

Sarana produksi/usaha ternyata menjadi masalah yang dianggap penting terutama di Distrik Nabire Barat, Wanggar, dan Makimi. Sarana produksi tidak hanya menyangkut faktor-faktor pendukung usaha (misalnya pestisida, pupuk bagi usaha pertanian) namun terutama menyangkut infrastruktur jalan produksi. Seperti permasalahan tradisional UKM di seluruh Indonesia adalah tidak adanya manajemen usaha yang bagus. Ketersediaan pasar dipandang menjadi faktor yang penting dalam pengembangan UKM. Tanpa adanya pasar, maka usaha yang dijalankan tidak akan berkembang dengan baik (Bappeda Nabire, 2011).

Secara lebih rinici pembobotan tujuan pengembangan UKM yang dilakukan oleh para stakeholders menunjukkan bahwa untuk variabel tenaga kerja, faktor yang dipandang paling penting adalah pelatihan kemudian diikuti dengan tingkat pendidikan dan pengalaman kerja. Para stakeholders menyatakan bahwa

pemerintah Kabupaten Nabire perlu membuat lebih banyak pelatihan untuk pengembangan UKM, karena tenaga terampil merupakan salah satu hal utama dalam mengembangankan UKM.

Sedangkan dari sisi bahan baku, para stakeholders melihat bahwa yang paling perlu dikembangkan di Kabupaten Nabire adalah adanya kesinambungan penyediaan bahan baku. Hal ini menggambarkan *networking* bahan baku. Hal berikutnya yang penting adalah ketersediaan, harga bahan baku dan terakhir adalah mutu bahan baku. Untuk meningkatkan jejaring, tentu saja pengusaha tidak dapat melakukannya sendiri, pemerintah harus memiliki fungsi sebagai pemampu *(enabler)* dan pemrakarsa.

Hal lain yang patut mendapat perhatian dalam pengembangan UKM adalah permodalan, baik dari sisi kebutuhan modal kerja, aksesisbilitas modal dan kebutuhan awal investasi. Pemerintah kabupaten Nabire perlu mengadakan kerjasama yang lebih mendalam dengan perbankan. Kerjasama seyogyanya tidak hanya bersifat insidental, namun merupakan program yang dimasukkan dalam rencana pembangunan. Hal ini perlu mendapat perhatian serius karena pengembangan UMKM tidak dapat terlepas dari permodalan. Dalam pengembangan permodalan sendiri dibutuhkan skema untuk modal kerja dan investasi dengan tata kelola yang berbeda.

Pengembangan UKM juga perlu memperhatikan ketersediaan sarana produksi, kemudahan untuk mendapatkan saran produksi tersebut dan harga sarana produksi. Sedangkan permasalahan yang perlu disiapkan untuk faktor teknologi adalah kesiapan mengadopsi teknologi baru dan kemudahan mendapatkan teknologi tersebut. Hal ini disebabkan karena menurut para stakeholders, sebagian besar UKM masih menggunakan teknologi yang relatif tradisional. Peran pemerintah kembali diperlukan untuk mengembangkan faktor teknologi ini.

Tabel 2. Hasil Pembobotan AHP Tujuan Pengembangan UMKM

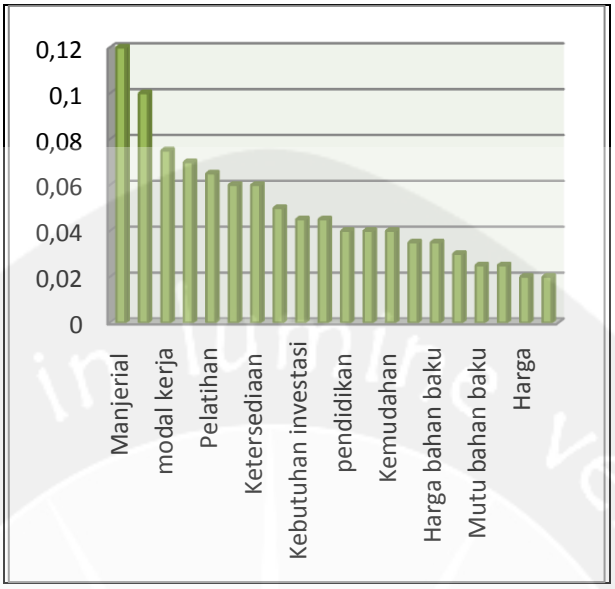
Variabel	Bobot Variabel	Indikator	Bobot Indikator
Tenaga kerja	0,14	Tingkat pendidikan	0.04
		Pelatihan	0.065
		Pengalaman kerja	0.035
Bahan baku	0,15	Ketersediaan (menggambarkan *networking* bahan baku)	0.04
		Harga bahan baku	0.035
		Kesinambungan (menggambarkan *networking* bahan baku)	0.05
		Mutu bahan baku	0.025
Modal	0,18	Kebutuhan investasi awal	0.045
		Kebutuhan modal kerja	0.075

Variabel	Bobot Variabel	Indikator	Bobot Indikator
		Aksesibilitas (menggambarkan *networking* modal)	0.06
Sarana produksi/usaha	0,12	Ketersediaan	0.06
		Harga	0.02
		Kemudahan	0.04
Teknologi	0,07	Kemudahan	0.025
		Kesiapan penggunaan teknologi	0.045
Manajemen usaha	0,12	kemampuan manjerial	0.12
Ketersediaan pasar	0,10	Jaringan distribusi atau akses pasar	0.1
Harga	0,07	Keleluasaan menetapkan harga yaitu tingkat harga yang bisa diterima pasar, dan marjin harga	0.07
Sumbangan terhadap perekonomian daerah	0,05	*Backward dan forward lingakes*	0.03
		integrasi vertikal	0.02

Sumber: data primer yang diolah

Faktor lain yang penting diperhatikan adalah kemampuan manajerial, adanya jaringan distribusi dan akses pasar, keleluasaan menetapkan harga dan masalah keterkaitan antar UKM. Ke empat hal terakhir ini juga tidak dapat dikerjakan sendiri oleh UKM, karena keterbatasannya. Sehingga pemerintah perlu melakukan langkah serius melalui dinas-dinas terkait untuk membuat rencana pengembangan UKM yang lebih komprehensif. Hasil pengurutan dari faktor yang penting dalam pengembangan UKM dapat dilihat pada Gambar 3.

Pemetaan sektor atau subsektor unggulan di masing-masing distrik dilakukan melalui FGD, *indepth interview* dan kuesioner. Dalam pemetaan sektor atau subsektor unggulan ini sebagian besar sektor (yang relevan) yang menjadi pembentuk PDRB ditawarkan kepada responden, untuk diberi bobot masing-masing.



Gambar 3. Faktor Penting Dalam Pengembangan UKM

Secara umum ke lima distrik yang dipilih sebagai sampel memililih subsektor tanaman pangan sebagai subsektor unggulan, kecuali distrik Nabire memilih sektor perdagangan sebagai sektor unggulan. Meskipun terdapat sedikit perbedaan antar Kabupaten mengenai komoditas unggulan, namun subsektor tanaman pangan menempati peringkat pertama pengembangan. Peringkat kedua adalah Perkebunan (dipilih oleh distrik Nabire Barat, Wanggar, dan Teluk Kimi). Sedangkan Distrik Uwapa dan Makimi melihat bahwa pertenakan memiliki peluang yang lebih besar, dan distrik Nabire memilih sektor Jasa. Bila dilihat secara keseluruhan, pada dasarnya sektor pertanian dalam arti luas masih merupakan sektor dominan di Kabupaten Nabire (Bappeda Nabire, 2011).

Tabel 3. Subsektor Prioritas di Tingkat Kabupaten

PRIORITAS	SUBSEKTOR
1	Perkebunan: Jeruk
2	Perkebunan: Kakao
3	Tanaman Pangan: Padi
4	Tanaman Pangan: Kedelai
5	Industri kecil: Mebel
6	Perdagangan

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil *indepth interview*, kuesioner dan FGD maka diperoleh hal-hal yang menjadi kendala utama pengembangan UKM dan komoditas unggulan di Kabupaten Nabire yaitu masalah permodalan, manajemen usaha, akses pasar dan ketidakstabilan harga. Masalah-masalah klasik yang dihadapi UKM tersebut selayaknya mendapatkan perhatian dari pemerintah agar UKM mampu bersaing.

PENUTUP

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan Koperasi merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Dengan demikian upaya untuk memberdayakan UMKM harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro, meso dan mikro yang meliputi (1) penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi; (2) pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia; (3) pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah; dan (4) pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin.

Demikian pula dengan pengembangan komoditas unggulan yang ada di Kabupaten Nabire. Pengembangan produk lokal yang memiliki keunggulan harus didorong agar mampu bersaing dengan produk dari daerah lain. Tentu saja peran pemerintah sangat diperlukan untuk menciptakan iklim yang kondusif untuk mendukung eksistensi UKM agar mampu bersaing di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, U. K. (2011) Pedoman Pelaksanaan SL-PTT 2011. DIRJEN Tanaman Pangan.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire. (2010), *Hasil Sensus Penduduk Kabupaten Nabire*. BPS Kabupaten Nabire

Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire. (2009), *Kabupaten Nabire dalam Angka 2009*, BPS Kabupaten Nabire.

Bappeda Kabupaten Nabire (2011), *Pengembangan Komoditas Unggulan UMKM Kabupaten Nabire*, Laporan Penelitian, Bappeda Kabupaten Nabire.

Departemen Koperasi (2011), *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar*.Departemen Koperasi diakses dari www.depkop.go.id pada tanggal 12 November 2011.

Dinas Koperindag Kabupaten Nabire. (2010), *Jumlah Koperasi dan UMKM di Kabupaten Nabire*. Dinas Koperindag Kabupaten Nabire.

FAO. (2009) *The State of Agricultural Commodity Markets*. FAO

Prihatman, K. (2000), *Sistem Informasi Manajemen Pembangunan di Pedesaan*. BAPPENAS.

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS

"SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

Purwokerto, 21 November 2012

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

DAN

HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

THE INFLUENCE OF COMPENSATION AND ORGANIZATION CLIMATE ON WORK MOTIVATION AND THEIR IMPACT ON EMPLOYEE PERFORMANCE OF BANK XXX CORPORATION AT TANJUNG PERAK

Amiartuti Kusmaningtyas[1)]
Prana Okta Priyana[1)]
E-mail : prana_ok@yahoo.com
[1)]August 17th 1945 University, Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of compensation and organization climate on work motivation and their impact on employee performance of Bank XXX Corporation at Tanjung Perak. Samples in this study amounted to 102 respondents who are all employees of the frontliner. Endogenous variable in this study is Compensation (X1), Organization Climate (X2), intermediate variable is Work Motivation (Z) and as a bound variable is the Employee Performance (Y). The results showed a significant influence between Compensation with Work Motivation, between Organization Climate with Work Motivation, between Compensation and Employee Performance. No significant influence between Organization Climate and Employee Performance, between Work Motivation and Employee Performance.

Keywords: *Compensation, Organization Climate, Work Motivation, Employee Performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompensasi dan iklim organisasi terhadap motivasi kerja serta dampaknya pada kinerja karyawan PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak. Sampel pada penelitian ini berjumlah 102 responden yang seluruhnya merupakan karyawan bagian *frontliner*. Variabel *endogen* pada penelitian ini adalah Kompensasi (X_1), Iklim Organisasi(X_2), variabel antara adalah Motivasi Kerja (Z) dan sebagai variabel terikat adalah Kinerja Karyawan (Y). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Kompensasi dengan Motivasi Kerja, antara Iklim Organisasi dengan Motivasi Kerja, demikian pula antara Kompensasi dan Kinerja Karyawan. Pengaruh yang tidak signifikan terjadi antara Iklim Organisasi dengan Kinerja Karyawan, pengaruh antara Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan.

Kata Kunci *: Kompensasi, Iklim Organisasi, Motivasi Kerja, Kinerja Karyawan.*

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Sumber Daya Manusia adalah sesuatu hal penting dan merupakan modal dasar dalam sebuah organisasi. Keberadaan Sumber Daya Manusia dapat dilihat dari dua aspek yaitu aspek kuantitas dan aspek kualitas. Aspek kuantitas mencakup jumlah Sumber Daya Manusia yang tersedia di organisasi tersebut, sedangkan aspek kualitas mencakup kemampuan Sumber Daya Manusia baik fisik maupun non fisik, kecerdasan dan mental dalam melaksanakan segala tugas dan tanggung jawab (Elfrida, 2009).

Dalam mewujudkan misi dan visi perusahaan maka organisasi dapat memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang dimilikinya seoptimal mungkin, agar dapat memberikan '*added value*' bagi organisasi. Dilain pihak Sumber Daya Manusia yang terampil dan handal di bidangnya sangat diperlukan agar kinerja yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi organisasi. Menurut Suyadi Prawirosentono (1999) kinerja atau *performance* adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Kinerja karyawan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam usaha organisasi untuk mencapai tujuannya. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh peneliti baik secara empiris maupun teoritis, kinerja karyawan dipengaruhi oleh banyak variabel. Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kinerja karyawan dapat dipengaruhi antara lain oleh motivasi kerja, kompensasi, komunikasi, iklim organisasi, karakteristik pekerjaan, dan sebagainya.

Menurut Mathis dan Jackson (2006) perusahaan yang menginginkan kinerja pegawai yang tinggi dan baik, dipengaruhi oleh faktor motivasi kerja dari masing-masing individu. Motivasi kerja yang tinggi akan menghasilkan etos kerja dan kinerja yang positif.

Seseorang dapat termotivasi dalam bekerja antara lain disebabkan karena kompensasi yang diterimanya sesuai dengan harapan. Kompensasi merupakan salah satu hal yang dapat memberikan motivasi seorang karyawan untuk menghasilkan kinerja yang baik. Kompensasi menurut Malayu S.P. Hasibuan (2002) adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Tujuan pemberian kompensasi antara lain adalah sebagai ikatan kerja sama, kepuasan kerja, pengadaan efektif, motivasi, stabilitas karyawan, disiplin, serta pengaruh serikat buruh dan pemerintah.

Iklim organisasi yang berlaku di tempat kerja ternyata dapat pula membuat karyawan termotivasi sehingga kinerja meningkat. Tagiuri dan Litwin dalam Wirawan (2007) menyatakan bahwa iklim organisasi merupakan kualitas lingkungan internal yang secara relatif terus berlangsung, dialami oleh anggota

organisasi, memengaruhi perilaku setiap anggotanya.

1.2. Permasalahan

Dalam dunia perbankan, kontribusi sektor perbankan dalam menunjang aktivitas perekonomian sangat besar. Di tengah kondisi persaingan yang semakin ketat dewasa ini, daya saing bank yang berkelanjutan sangat menentukan eksistensi bank untuk dapat terus melanjutkan usahanya. Agar mampu menjalankan fungsi intermediasi secara optimal sebuah bank, maka Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh bank tersebut harus memiliki kinerja yang bagus.

PT Bank XXX cabang Tanjung Perak merupakan cabang yang berdiri pada tahun 1979. PT Bank XXX cabang Tanjung Perak adalah cabang kedua yang berdiri setelah PT Bank XXX cabang Surabaya.Namun dalam perkembangannya jumlah dana yang terkumpul dari masyarakat per tanggal 31 Desember 2011 adalah sebesar 3,25 triliun dan jumlah ini lebih besar dari jumlah dana yang terkumpul oleh PT Bank XXX cabang Surabaya yaitu sebesar 2,85 triliun. Penghimpunan dana dari masyarakat dan institusi oleh PT Bank XXX cabang Tanjung Perak juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut digambarkan pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Penghimpunan dana masyarakat
dan institusi PT Bank XXX
cabang Tanjung Perak
(dalam juta)

JENIS	Th.2009	Th.2010	Th.2011
Tabungan	889.761	1.011.019	1.268.091
Deposito	1.311.210	1.499.874	1.541.231
Giro	397.804	411.847	450.209
Jumlah	**2.598.775**	**2.923.667**	**3.259.531**

Sumber : data yang diolah 2011

Berdasarkan bukti perkembangan penghimpunan dana tersebut kinerja karyawan juga terus dilakukan melalui berbagai macam cara. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan setiap enam bulan sekali dijadikan pedoman awal untuk menentukan kompensasi yang layak diterima karyawan atas jasanya kepada perusahaan. Melalui penilaian kinerja ini diharapkan manajemen PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak mampu memberikan kompensasi yang sesuai dan adil kepada seluruh karyawan. Selain hal tersebut, iklim organisasi yang

tercipta dikantor juga terus dijaga agar seluruh karyawan mulai dari level pimpinan hingga level bawah mampu menjalankan fungsinya dengan baik dan benar.

Bagi karyawan *frontliner* bank, tingkat pelayanan terhadap nasabah merupakan standar berhasil atau tidaknya dalam melakukan pekerjaan yang dalam konteks ini adalah memberikan pelayanan yang baik/memuaskan kepada nasabah. Indeks Kinerja Pelayanan pada PT Bank XXX cabang Tanjung Perak dari data yang ada juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan Indeks Kinerja Pelayanan (IKP) seperti yang terdapat pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Indeks Kinerja Pelayanan
PT Bank XXX
cabang Tanjung Perak

JENIS	Th.2009	Th.2010	Th.2011
IKP	3,1	3,6	4,2

Sumber : data yang diolah 2011

Peningkatan kinerja karyawan ini tentunya didukung oleh motivasi para karyawan yang terus meningkat dan bergerak kearah yang positif. Studi pendahuluan pada karyawan perusahaan yang dilakukan peneliti mendapatkan indikasi bahwa karyawan sangat termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya karena suasana lingkungan pekerjaan yang sangat mendukung. Kompensasi juga hal yang menjadi motivasi bagi karyawan untuk memacu kinerja karena dengan kinerja yang semakin baik maka kompensasi yang diberikan oleh perusahaan juga semakin besar. Tabel 1.1 menggambarkan bahwa penghimpunan dana pihak ketiga terus meningkat dari tahun ke tahun demikian juga pada Tabel 1.2 menggambarkan bahwa Indeks Kinerja Pegawai mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir ini, sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan hasil kinerja karyawan dapat dikatakan baik. Hal ini yang justru menjadi menarik untuk diteliti oleh peneliti, apakah memang kompensasi dan iklim organisasi merupakan faktor yang memengaruhi motivasi kerja mereka sehingga berdampak pada kinerja karyawan PT Bank XXX cabang Tanjung Perak.

1.3. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kompensasi, iklim organisasi berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak?
2. Apakah kompensasi, iklim organisasi dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisa :

1. Pengaruh kompensasi, iklim organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.
2. Pengaruh kompensasi, iklim organisasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.

2. Telaah Pustaka

2.1. Perilaku Organisasi

Perilaku organisasi merupakan bidang studi yang menyelidiki pengaruh individu, kelompok dan struktur terhadap perilaku dalam organisasi dan bertujuan menerapkan ilmu pengetahuan semacam ini guna meningkatkan keefektifan suatu organisasi. Perilaku organisasi mengajarkan tiga faktor penentu dalam organisasi, yaitu: individu, kelompok dan struktur. Selain itu, perilaku organisasi menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh tentang individu, kelompok dan pengaruh dari struktur terhadap perilaku untuk membuat organisasi bekerja secara lebih efektif (Robbins dan Judge, 2008:11).

Bidang ilmu yang multi disiplin ini memandang perilaku organisasi diilustrasikan dalam beberapa hal.

Pertama, perilaku organisasi merupakan suatu cara berpikir (*way of thinking*). Perilaku dipandang berlaku pada tingkat individu, kelompok dan organisasi. Pendekatan ini menyarankan bahwa ketika mempelajari perilaku organisasi harus mengidentifikasi dengan jelas tingkat analisis yang digunakan (individu, kelompok atau organisasi).

Kedua, perilaku organisasi merupakan multi disiplin. Hal ini berarti perilaku organisasi menggunakan berbagai prinsip, model, teori dan metode dari disiplin yang lain. Studi perilaku organisasi bukan merupakan suatu disiplin atau ilmu yang diterima secara umum dengan dasar teori yang telah mapan. Perilaku organisasi merupakan suatu bidang yang sekarang mulai tumbuh dan berkembang dan memiliki pengaruh yang kuat.

Ketiga, terdapat perbedaan orientasi kemanusiaan dalam perilaku organisasi. Orang-orang dan sikap, persepsi, kemampuan belajar, perasaan dan tujuan akhirnya (*goal*) nya merupakan hal penting yang utama dalam organisasi.

Keempat, bidang perilaku organisasi berorientasi pada kinerja. Beberapa isu yang dihadapi para praktisi manajer antara lain : mengapa kinerja pegawai rendah atau tinggi?, bagaimana kinerja dapat diinginkan?, dapatkah pelatihan meningkatkan kinerja di tempat kerja?

Kelima, karena bidang perilaku organisasi sangat tergantung pada disiplin yang telah diakui sebelumnya, peran metode ilmiah menjadi sangat penting dalam mempelajari berbagai variabel dan hubungannya.

Perilaku organisasi cenderung lebih berorientasi pada teori dan beberapa level mikro analisis. Secara khusus, perilaku organisasi berasal dari banyak kerangka teoritis ilmu perilaku individu dan kelompok dalam organisasi. Seperti ilmu lainnya, perilaku organisasi mengakumulasi pengetahuan dan menguji berbagai teori dengan menggunakan metode penelitian ilmiah yang sudah diterima. Secara singkat, perilaku organisasi dapat didefinisikan sebagai pemahaman

prediksi dan manajemen perilaku manusia dalam organisasi (Luthan, 2006, 19).

Perilaku organisasi merupakan bidang ilmu terapan yang dibentuk berdasarkan kontribusi dari sejumlah bidang yang berkaitan dengan perilaku. Bidang-bidang yang utama adalah psikologi dan psikologi sosial, sosiologi dan antropologi. Kontribusi psikologi sebagian besar ada pada tingkat analisis individual atau mikro, sementara bidang-bidang lainnya menambah pemahaman tentang konsep-konsep makro, seperti proses kelompok dan organisasi (Robbin dan Judge, 2008:14)

2.2. Kinerja Karyawan

Whitmore (2002: 104) menyebutkan bahwa ”kinerja” berasal dari kata ”kerja” artinya aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi dalam menjalankan tugas yang menjadi pekerjaannya. Kinerja artinya suatu perbuatan, suatu prestasi atau penampilan umum dari ketrampilan. Mangkunegara (2000: 97) mengatakan bahwa istilah kinerja berasal dari kata ”*job performance”* atau ”*actual performance”* yaitu unjuk kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Robbins (2003) mengemukakan bahwa istilah lain dari kinerja adalah *human output* yang dapat diukur dari produktivitas, absensi, *turnover*, *citizenship*, dan *satisfaction*.

Definisi kinerja menurut Mathis dan Jackson (2006: 378) adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan.

Kinerja karyawan yang umum untuk kebanyakan pekerjaan meliputi elemen sebagai berikut :

1. Kuantitas dari hasil
2. Kualitas dari hasil
3. Ketepatan waktu dari hasil
4. Kehadiran
5. Kemampuan bekerja sama

Banyak faktor yang dapat memengaruhi kinerja individu antara lain :

1. Kemampuan individu untuk melakukan pekerjaan
2. Tingkat usaha yang dicurahkan
3. Dukungan organisasi.

Kinerja individual ditingkatkan sampai tingkat dimana ketiga komponen tersebut ada dalam diri karyawan, akan tetapi, kinerja berkurang apabila salah stau faktor ini dikurangi atau tidak ada (Mathis dan Jackson, 2006:114).

Menurut Gomes (2000 : 142) ukuran kinerja mencakup beberapa tipe kriteria performasi kinerja yang didasarkan atas deskripsi perilaku yang spesifik :

1. *Quantity of work*, yaitu jumlah hasil kerja yang didapat dalam suatu periode waktu yang ditentukan.
2. *Quality of work*, yaitu kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya.
3. *Job knowledge*, luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan ketrampilannya
4. *Creativeness*, yaitu keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.

5. *Comparative*, yaitu kesediaan untuk bekerja sama dengan orang lain (sesama anggota organisasinya)
6. *Dependability*, yaitu kesadaran dan dapat dipercaya dalam hal kehadiran dan penyelesaian pekerjaan
7. *Initiative*, yaitu semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggung jawabnya
8. *Personal qualities*, yaitu menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramah tamahan, dan integrasi pribadi.

Berbagai uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai seseorang dalam menjalankan tugasnya sehari-hari sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing.

2.3. Motivasi Kerja

Motivasi merupakan masalah kompleks dalam organisasi, karena kebutuhan dan keinginan setiap anggota organisasi berbeda satu dengan yang lainnya. Perbedaan ini disebabkan karena setiap anggota suatu organisasi adalah unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses belajar yang berbeda pula (Suprihanto dkk, 2003:41).

Menurut Fillmore H. Stanford (dalam Mangkunegara, 2002:93) motivasi adalah suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu. Dalam hubungannya dengan lingkungan kerja, Ernest L. Mc Cormick (dalam Mangkunegara, 2002:94) mengemukakan bahwa motivasi kerja didefinisikan sebagai kondisi yang berpengaruh dalam membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja.

Manfaat motivasi yang utama adalah menciptakan gairah kerja, sehingga produktivitas kerja meningkat. Sementara itu, manfaat yang diperoleh karena bekerja dengan orang-orang yang termotivasi adalah pekerjaan dapat diselesaikan dengan tepat. Artinya pekerjaan diselesaikan sesuai standar yang benar dan dalam skala waktu yang sudah ditentukan, serta orang senang melakukan pekerjaannya. Orang pun akan merasa dihargai atau diakui, hal ini terjadi karena pekerjaannya betul-betul berharga bagi orang yang bersangkutan, sehingga orang tersebut akan bekerja keras. Hal ini dapat dimaklumi karena dorongan yang begitu tinggi akan menghasilkan sesuatu sesuai target yang ditetapkan. Kinerja akan dipantau oleh individu yang bersangkutan dan tidak membutuhkan terlalu banyak pengawasan serta semangat juangnya akan tinggi (Arep Ishak & Tanjung Hendri, 2010:16-17).

Menurut Arep Ishak & Tanjung Hendri (2010:17) ciri-ciri orang yang termotivasi adalah : senang bekerja, bekerja sesuai standar, merasa berharga, suka bekerja keras, memerlukan sedikit pengawasan, memiliki semangat juang tinggi.

Sedangkan faktor yang memengaruhi motivasi kerja menurut Frederick Herzberg (dalam Masithoh, 1998:20) dengan mengembangkan teori hierarki kebutuhan Maslow menjadi teori dua faktor tentang motivasi. Teori dua faktor tersebut dinamakan faktor pemuas (*motivation factor*)

yang disebut dengan *satisfier* atau *intrinsic motivation* dan faktor pemelihara (*maintenance factor*) yang disebut dengan *disatisfier* atau *extrinsic motivation*. Faktor pemuas yang disebut juga motivator merupakan faktor pendorong seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri seseorang tersebut (kondisi intrinsik) antara lain:

1. Prestasi yang diraih (*achievement*)
2. Pengakuan orang lain (*recognition*)
3. Tanggungjawab (*responsibility*)
4. Peluang untuk maju (*advancement*)
5. Kepuasan kerja itu sendiri (*the work it self*)
6. Kemungkinan pengembangan karir (*the possibility of growth*).

Sedangkan faktor pemelihara (*maintenance factor*) disebut juga *hygiene factor* merupakan faktor yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan untuk memelihara keberadaan karyawan sebagai manusia, pemeliharaan ketentraman dan kesehatan. Faktor ini juga disebut *dissatisfier* (sumber ketidakpuasan) yang merupakan tempat pemenuhan kebutuhan tingkat rendah yang dikualifikasikan ke dalam faktor ekstrinsik, meliputi:

1. Kompensasi
2. Keamanan dan keselamatan kerja
3. Kondisi kerja
4. Status
5. Prosedur perusahaan
6. Mutu dari supevisi teknis dari hubungan interpersonal di antara teman sejawat, dengan atasan, dan dengan bawahan.

2.4. Kompensasi

Menurut William B. Werther dan Keith Davis dalam Malayu SP Hasibuan (2002) kompensasi adalah apa yang seorang pekerja terima sebagai balasan dari pekerjaan yang diberikannya. Baik upah per jam ataupun gaji periodik, didesain dan dikelola oleh bagian personalia.

Pendapat lain menurut Andrew F. Sikula kompensasi adalah segala sesuatu yang dikonstitusikan atau dianggap sebagai suatu balas jasa atau ekuivalen.

Menurut Gomez-Mejia, et al., (1995); Schuler dan Jackson (1999); serta Luthans (1998), kompensasi dapat diklasifikasikan dalam tiga komponen utama yaitu :

1. kompensasi dasar yaitu kompensasi yang jumlahnya dan waktu pembayarannya tetap, seperti upah dan gaji.
2. kompensasi variabel merupakan kompensasi yang jumlahnya bervariasi dan/atau waktu pembayarannya tidak pasti. Kompensasi variabel ini dirancang sebagai penghargaan pada karyawan yang berprestasi baik. Termasuk kompensasi variabel adalah pembayaran insentif pada individu maupun kelompok, *gainsharing*, bonus, pembagian keuntungan (*profit sharing*), rencana kepemilikan saham karyawan (*employee stock-ownership plans*) dan *stock-option plans*.
3. *benefit* seringkali juga disebut *indirect compensation* (kompensasi tidak langsung). Termasuk dalam komponen ini antara lain:

a. perlindungan umum, seperti jaminan sosial, pengangguran dan cacat;

b. perlindungan pribadi dalam bentuk pensiun, tabungan, pesangon tambahan dan asuransi;
c. pembayaran saat tidak bekerja seperti pada waktu mengikuti pelatihan, cuti kerja, sakit, saat liburan, dan acara pribadi;
d. tunjangan siklus hidup dalam bentuk bantuan hukum, perawatan orang tua, perawatan anak, program kesehatan, dan konseling.

Dalam kenyataannya, kompensasi yang diberikan oleh suatu perusahaan tidak selalu meliputi semua jenis kompensasi seperti yang telah dijabarkan di atas. Pemberian kompensasi dapat bervariasi, dan biasanya berdasarkan pada pendapat pimpinan dan manajemen perusahaan tentang penting tidaknya suatu bentuk kompensasi harus diberikan kepada karyawan dan disesuaikan pula dengan kemampuan perusahaan yang bersangkutan. Masih banyak perusahaan di sini yang hanya memberikan kompensasi dasar. Sebagian sudah memberikan kompensasi variabel, misalnya bonus dan pembagian keuntungan, namun perhitungannya masih belum transparan. Untuk kompensasi tidak langsung, biasanya hanya perusahaan-perusahaan yang berskala besar saja yang telah melaksanakan program ini.

Menurut Siagian (1995), rasa keadilan dapat membuat karyawan menjadi puas terhadap kompensasi yang diterimanya. Sebaliknya, pihak perusahaan juga berharap bahwa kepuasan yang dirasakan oleh karyawan akan mampu memotivasi karyawan tersebut untuk meningkatkan kinerjanya, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Apabila hal ini dapat terwujud, sebenarnya bukan hanya tujuan perusahaan yang tercapai, namun kebutuhan karyawan juga akan terpenuhi.

2.5. Iklim Organisasi

Menurut Tagiuri dan Litwin dalam Luthans (2006), iklim organisasi merupakan kualitas lingkungan internal organisasi yang secara relatif terus berlangsung, dialami oleh anggota organisasi, memengaruhi perilaku mereka dan dapat dilukiskan dalam pengertian satu set karakteristik atau sifat organisasi.

Iklim Organisasi melukiskan lingkungan internal organisasi dan berakar pada budaya organisasi. Jika budaya organisasi relatif bersifat tetap dalam jangka panjang, iklim organisasi bersifat sementara dan dapat berubah dengan cepat. Umumnya, iklim organisasi dengan mudah dapat dikontrol oleh pemimpin atau manajer. Iklim organisasi merupakan persepsi anggota organisasi mengenai dimensi-dimensi iklim organisasi. Iklim organisasi memengaruhi perilaku anggota organisasi yang selanjutnya memengaruhi kinerja karyawan dan pada akhirnya memengaruhi kinerja organisasi.

Iklim organisasi dapat ditentukan oleh lingkungan eksternal dan internal, lingkungan internal organisasi adalah semua dimensi iklim organisasi antara lain keadaan lingkungan fisik, keadaan lingkungan sosial, pelaksanaan sistem manajemen, produk, konsumen, kondisi fisik anggota organsasi, sedangkan lingkungan eksternal antara lain perkembangan jenis industri dan pengaturan industri oleh

pemerintah kehidupan ekonomi dan kompetisi dengan pesaing.

Robert Stringer (2002) mengemukakan bahwa terdapat lima faktor yang menyebabkan terjadinya iklim suatu organisasi, yaitu : eksternal, strategi, praktek kepemimpinan, pengaturan organisasi, dan sejarah organisasi.

Iklim organisasi menurut Payne and Pugh (1976 dalam Davis 1996 :74) yang dikutip Steers (1985:123) adalah sikap norma dan perasaan yang lazim dimiliki oleh para pekerja dalam organisasi.

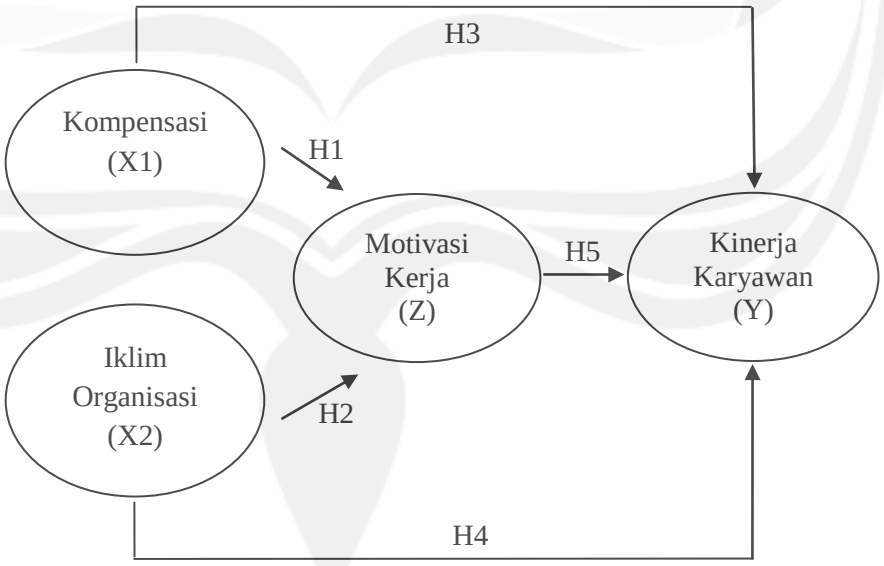
Dari pengertian tentang iklim organisasi dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa iklm organisasi adalah sikap, nilai norma dan sesuatu yang dirasakan oleh individu karyawan terhadap lingkungan tempat mereka bekerja, serta iklim organisasi merupakan karakteristik yang dimiliki oleh organisasi.

Iklim organisasi secara objektif eksis, terjadi di setiap organisasi dan memengaruhi perilaku anggota organisasi, tetapi hanya dapat diukur secara tidak langsung melalui persepsi anggota organisasi. Dimensi iklim organisasi adalah unsur, faktor, sifat atau karakteristik variabel iklim organisasi. Dimensi iklim organisasi terdiri atas beragam jenis dan berbeda pada setiap organisasi.

2.6. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan pada Gambar 2.1 berikut ini:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian



Kerangka konseptual pada Gambar 2.1 menunjukkan adanya hubungan antara variabel-variabel penelitian. Kerangka konseptual di atas menggambarkan bahwa kinerja karyawan merupakan suatu kondisi karyawan secara keseluruhan seberapa banyak kontribusinya bagi organisasi dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kompensasi yang adil dan sesuai serta iklim organisasi yang nyaman dan kondusif akan berpengaruh pada motivasi kerja serta berdampak positif bagi kinerja karyawan.

2.7. Hipotesis Penelitian

Berdasar latar belakang masalah dan kajian teori yang telah diuraikan, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.
2. Iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.
3. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.
4. Iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.
5. Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di PT. Bank XXX cabang Tanjung Perak.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menurut tingkat eksplanasinya masuk dalam kelompok penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Melalui penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. (Sugiyono, 2004:11).

3.2. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Karyawan tetap PT. Bank XXX Cabang Tanjung Perak.
2. Minimal telah menjadi karyawan tetap lebih dari 1 tahun.
3. Karyawan bagian *frontliner*.

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini berjumlah 137 karyawan.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* adalah pemilihan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak (Sugiyono, 2004:74).

Penentuan ukuran sampel, menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2004) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Nxe^2}$$

Keterangan :
n = jumlah sampel
N = jumlah populasi (137 karyawan)
e = % kelonggaran ketidaktelitian (5 %)

$$n = \frac{137}{1 + 137\ x\,0{,}05^2}$$

n = 102

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh angka 102, yang berarti jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 102 orang karyawan.

3.4. Definisi Konsep Variabel Penelitian

Definisi konsep variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kompensasi (X1)

Kompensasi adalah semua balas jasa yang diterima seorang karyawan dari perusahaannya sebagai akibat dari jasa atau tenaga yang telah diberikannya pada perusahaan tersebut (William B. Werther dan Keith Davis, dalam Malayu SP. Hasibuan, 2002).

2. Iklim Organisasi (X2)

Iklim organisasi merupakan kualitas lingkungan internal organisasi yang secara relatif terus berlangsung, dialami oleh anggota organisasi, memengaruhi perilaku mereka dan dapat dilukiskan dalam pengertian satu set karakteristik atau sifat organisasi. (R. Tagiuri dan G, Litwin, 1968).

3. Motivasi kerja (Z)

Motivasi kerja adalah kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja (Ernest L. McCormick, dalam Mangkunegara, 2002:94)

4. Kinerja pegawai (Y)

Kinerja pegawai adalah hasil kerja yang dicapai seseorang dalam menjalankan tugasnya sehari-hari sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing (Mathis dan Jackson, 2006:114).

3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kompensasi (X_1)

Menurut Gomez-Mejia, et al., (1995); Schuler dan Jackson (1999); serta Luthans (1998), indikator kompensasi dapat diklasifikasikan dalam tiga komponen utama yaitu:

$X_{1.1}$ Kompensasi Dasar
$X_{1.2}$ Kompensasi Variabel
$X_{1.3}$ Kompensasi Tidak Langsung

2. Iklim organisasi (X2)

Menurut Robert Stringer (2002) dalam Wirawan (2007:131-133) indikator iklim organisasi meliputi enam dimensi yaitu:

$X_{2.1}$ Stuktur
$X_{2.2}$ Tanggung jawab
$X_{2.3}$ Standar-standar
$X_{2.4}$ Penghargaan
$X_{2.5}$ Dukungan
$X_{2.6}$ Komitmen

3. Motivasi kerja (Z)

Indikator motivasi kerja mengacu pada Gibson et al (Budiyanto 2007: 106) meliputi :

$Z_{1.1}$ Pengharapan
$Z_{1.2}$ Instrumentalitas
$Z_{1.3}$ Valensi

4. Kinerja (Y)

Menurut Gomes (2000 : 142) indikator kinerja meliputi :

$Y_{1.}$ *Quantity of work*
$Y_{2.}$ *Quality of work*
$Y_{3.}$ *Job knowledge*
$Y_{4.}$ *Creativeness*
$Y_{5.}$ *Comparative*
$Y_{6.}$ *Dependability*
$Y_{7.}$ *Initiative*
$Y_{8.}$ *Personal qualities*

3.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara penelitian lapangan, yaitu dengan mengambil data langsung di lokasi penelitian guna memperoleh data yang diperlukan. Penelitian lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner.

3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan kuisioner untuk memperoleh data variabel kompensasi, iklim organisasi, motivasi kerja dan kinerja karyawan. Kuisioner yang digunakan didesain berdasarkan skala model Likert. Penskoran atas skala model Likert yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada lima alternatif jawaban sebagai berikut : selalu (5), sering (4), jarang (3), pernah (2), tidak pernah (1).

3.8. Teknik Analisa Data

3.8.1. Uji validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat ini mampu mengukur apa yang akan di ukur. Rumus statistik yang digunakan untuk uji validitas adalah Korelasi Product Moment Pearson.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur suatu keadaan. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji reliabilitas adalah menggunakan *Alpha Cronbach* (skala alpha) yaitu mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan.

Semakin dekat *alpha cronbach* dengan 1, semakin tinggi reliabilitas konsisten internal. Jika reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0,70 bisa diterima, dan lebih 0,80 adalah baik. (Sekaran, Uma; 2006 : 182).

3.8.3. Analisis Deskriptif

Setelah proses pengumpulan data dan tabulasi, langkah selanjutnya adalah menganalisa data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2004 : 112).

3.8.4. Analisis Statistik

Mengingat model dalam penelitian ini adalah model kausalitas (hubungan/pengaruh sebab akibat), maka untuk menguji hipotesis yang

diajukan digunakan alat uji Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model* – SEM). SEM atau *Structural Equation Modelling* merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisa regresi ganda.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan terhadap 102 responden diketahui beberapa karakteristik responden berdasarkan : jenis kelamin laki-laki sebanyak 41orang dan wanita sebanyak 61 orang; usia, responden paling banyak berusia kurang dari 30 tahun (62), kelompok usia 30-40 tahun (32), dan kelompok usia lebih dari 40 tahun paling sedikit (8); tingkat pendidikan responden penelitian ini didominasi mereka dengan pendidikan S1 (55), pendidikan D3 (25), pendidikan S2 (16), pendidikan D1 (5) dan pendidikan S3 hanya 1 orang; status pernikahan karyawan didapat data mereka yang menikah sebanyak 49 orang dan yang masih lajang (belum menikah) sebanyak 53 orang.

4.2. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis model persamaan struktural (*Stuctural Equation Modelin*g-*SEM*) dengan bantuan *software* AMOS 16.0.

Hasil perhitungan nilai indeks-indeks G*oodness of Fit* setelah dilakukan modifikasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Nilai Goodness of Fit* dan *Cut off Value Modification Model

Kriteria	Hasil Uji Model	Nilai Kritis
Chi Square	338.443	344.596
Probabilitas (p)	0.068	≥ 0.05
RMSEA	0.035	≤ 0.08
GFI	0.819	≥ 0.90
AGFI	0.773	≥ 0.90
Cmin/DF	1.124	≤ 2
TLI	0.951	≥ 0.95
CFI	0.958	≥ 0.95

Sumber: Data Peneliti

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa model modifikasi yang dihipotesiskan sudah cukup baik karena dari delapan kriteria G*oodness of Fit*, enam diantaranya sudah memenuhi kriteria nilai kritis dan mendekati (*marginal*). Menurut prinsip *parsimony*, apabila sebagian besar kriteria *Goodness of Fit* baik (fit model), maka dapat dikatakan model dapat diterima.

4.3. Analisis Hasil Uji Hipotesis

Hasil *Regression Weight* dan *Standardized Regression Weight* model persamaan struktural yang telah dimodifikasi dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2
Uji Kausalitas Regression Weight

Variabel			*Estimasi*	S.E.	C.R.	P
Kompensasi	→	Motivasi kerja	0.384	0.092	2.910	0.004
Iklim Organisasi	→	Motivasi kerja	0.487	0.172	3.063	0.002
Motivasi kerja	→	Kinerja	0.669	0.249	3.087	0.002
Kompensasi	→	Kinerja	0.147	0.108	1.094	0.274
Iklim Organisasi	→	Kinerja	0.115	0.175	0.821	0.412

Sumber: Data Peneliti

Penjelasan lebih lanjut hasil analisis evaluasi bobot regresi tersebut dapat diuraikan dan dijelaskan sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Pengaruh kompensasi terhadap motivasi kerja.

Hasil analisis menunjukkan variabel kompensasi memengaruhi secara signifikan motivasi kerja, karena signifikansi t-hitung lebih kecil dari nilai probabilitas ≤ 0,05.

Hipotesis 2 : Pengaruh iklim organisasi terhadap motivasi kerja.

Hasil analisis menunjukkan variabel iklim organisasi memengaruhi secara signifikan motivasi kerja, karena signifikansi t-hitung lebih kecil dari nilai probabilitas ≤ 0,05.

Hipotesis 3 : Pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kompensasi tidak memengaruhi secara signifikan terhadap kinerja karyawan, karena signifikansi t-hitung lebih besar dari nilai probabilitas ≥ 0,05.

Hipotesis 4 : Pengaruh iklim organisasi terhadap kinerja karyawan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel iklim organisasi tidak memengaruhi secara signifikan terhadap kinerja karyawan,karena signifikansi t-hitung lebih besar dari nilai probabilitas ≥ 0,05.

Hipotesis 5 : Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan.
Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja memengaruhi secara signifikan terhadap kinerja karyawan, karena signifikansi t-hitung lebih kecil dari nilai probabilitas ≤ 0,05.

4.4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Besar pengaruh masing-masing variabel laten secara langsung maupun tidak langsung serta pengaruh total dapat dilihat dari Tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tdk langsung	Pengaruh total
Kompensasi → motivasi kerja	0,384	0,000	0,384
Kompensasi → kinerja	0,147	0,257	0,404
Iklim organisasi →motivasi kerja	0,487	0,000	0,487
Iklim organisasi → kinerja	0,115	0,325	0,440
Motivasi → kinerja	0,669	0,000	0,669

Sumber : Data Peneliti

Berdasarkan hasil pengamatan pada analisis pengaruh di atas menunjukkan bahwa pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan yang melalui motivasi kerja (0.404) lebih kecil dari pengaruh iklim organisasi terhadap kinerja karyawan yang melalui motivasi kerja (0.440). Hasil ini menunjukkan bahwa semua faktor yang diteliti mempunyai pengaruh yang positif terhadap pembentukan kinerja karyawan, namun kompensasi mempunyai dampak yang lebih kecil kepada kinerja karyawan dibandingkan iklim organisasi.

4.5. Pembahasan

Pembahasan hasil analisis penelitian untuk masing-masing pengaruh antar variabel adalah sebagai berikut :

4.5.1. Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Kerja

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Anoki Herdian Dito (2010) yang menyatakan bahwa dengan kompensasi yang menarik atau cukup tinggi terbukti mampu memberikan motivasi kerja yang tinggi pada seorang karyawan. Hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara kompensasi dan motivasi kerja pada karyawan *frontliner* PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak diterima.

4.5.2. Pengaruh Iklim Organisasi terhadap Motivasi Kerja

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Budi Risetiawan (2006) yang menyatakan bahwa apabila iklim organisasi kondusif, maka karyawan akan termotivasi dalam bekerja. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara iklim organisasi dan motivasi kerja pada karyawan *frontliner* PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak diterima.

4.5.3. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anoki Herdian Dito (2010) yang menyatakan bahwa kebijakan pemberian kompensasi yang tepat dan diterima oleh karyawan maka akan meningkatkan kinerja karyawan. Hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara kompensasi dan kinerja karyawan pada karyawan *frontliner* PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak tidak diterima.

Beberapa penyebab dari tidak signifikannya hubungan antara kompensasi dan kinerja karyawan di PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak adalah karena :

a. pemberian kompensasi yang kurang adil dan merata terhadap hasil kinerja yang telah dicapai karyawan. Hal ini berkaitan dengan hasil penilaian yang dilakukan tiap semester pada seluruh pegawai. Penilaian ini berpengaruh secara langsung terhadap pemberian kompensasi terhadap karyawan, sedangkan penilaian sering dilakukan penuh dengan subjektifitas dan hal inilah yang dirasakan kurang adil oleh para karyawan.

b. adanya pinjaman pegawai dengan bunga lunak yang menjadi pengikat antara karyawan dengan perusahaan, yang mengakibatkan karyawan mau tidak mau harus terus bekerja di perusahaan ini. Hal ini mengakibatkan, berapapun ”iming-iming” kompensasi yang dijanjikan untuk karyawan, tidak serta merta meningkatkan kinerja karyawan tersebut. Dengan adanya sistem pinjaman ini, karyawan merasa ”terlena” akan fasilitas ini, sehingga dapat menurunkan motivasi karyawan untuk dapat meningkatkan kinerjanya.

c. karyawan merasakan tidak adanya kepastian pemberian jaminan hari tua sehingga hal ini mengakibatkan kekhawatiran pada karyawan mengenai masa depan mereka pasca bekerja di PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak.

4.5.4. Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Komariah (2006) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara iklim organisasi terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti hipotesis keempat yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara iklim organisasi dan kinerja karyawan pada karyawan *frontliner* PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak tidak diterima.

Beberapa hal yang menyebabkan pengaruh iklim organisasi tidak

signifikan terhadap kinerja karyawan antara lain:

a. adanya sejenis ”ancaman” terhadap karyawan khususnya karyawan bagian *frontliner* yang akan dipindahkan tempat kerjanya keluar kota ataupun keluar propinsi jika tidak memenuhi standart kerja yang telah ditetapkan. Hal ini cukup membuat khawatir karyawan *frontliner* khususnya yang terkena pengujian kerja secara acak *(mistery shoper)*. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan bekerja pada karyawan yang akan berujung pada rendahnya kinerja karyawan tersebut.

b. sering terjadi perubahan aturan dan kebijakan perusahaan yang menyebabkan karyawan menjadi tidak nyaman dalam bekerja. Hal ini juga sangat memengaruhi hubungan karyawan *fronliner* dengan nasabah yang dilayani. Hal ini akan menyebabkan karyawan menjadi malas dan kinerja karyawan akan menurun.

c. rekan kerja yang cenderung sering berganti-ganti menjadikan karyawan harus memiliki rasa adaptasi terhadap lingkungan kerja yang tinggi. Jika karyawan kurang memiliki adaptasi yang tinggi maka karyawan tersebut akan merasa tidak nyaman dalam lingkungan organisasinya sehingga kinerjanya pun menjadi menurun.

d. penentuan target kerja yang terlalu tinggi juga menjadi masalah bagi karyawan. Karyawan menjadi ”ogah-ogahan” dalam bekerja karena merasa targetnya tidak mungkin bisa dicapai.

4.5.5. Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anoki Herdian Dito (2010) yang menyatakan adanya motivasi kerja yang tinggi membuat karyawan menjadi lebih fokus dan perhatian pada upaya pencapaian hasil kerja yang baik dan sesuai harapan perusahaan sehingga hal ini menumbuhkan kinerja yang lebih baik. Hal ini berarti hipotesis kelima yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja dan kinerja karyawan pada karyawan *frontliner* PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak diterima.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh kompensasi, iklim organisasi, motivasi kerja dan kinerja karyawan di PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak. Pemberian kompensasi yang baik dapat meningkatkan motivasi kerja setiap karyawan.
2. Iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak. Kenyamanan iklim dalam sebuah organisasi memengaruhi psikologi karyawan sehingga mampu menumbuhkan motivasi dalam bekerja.
3. Kompensasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak. Kompensasi harus menimbulkan motivasi kerja dahulu

untuk dapat meningkatkan kinerja karyawan.

4. Iklim organisasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak. Iklim organisasi harus menimbulkan motivasi kerja dahulu untuk dapat meningkatkan kinerja karyawan.

5. Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak. Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi akan secara otomatis memiliki kinerja yang baik.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan berkenaan dengan penelitian yang telah dilakukan terhadap manajemen PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak adalah sebagai berikut:

1. Manajemen PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak perlu melakukan pembenahan terhadap sistem penilaian yang berdampak pada pemberian kompensasi terhadap karyawan sehingga penilaian yang bersifat subjektif bisa diminimalkan.
2. Pemberian fasilitas yang terlalu berlebihan ternyata dapat menurunkan motivasi kerja karyawan yang berdampak pada kinerja yang menurun pula, sehingga untuk pemberian fasilitas pinjaman dengan bunga lunak ini perlu ditiadakan atau setidaknya dikaji ulang.
3. Aturan pemberian jaminan hari tua yang lebih jelas dan memadai.
4. Manajemen PT Bank XXX Cabang Tanjung Perak perlu mengadakan pelatihan-pelatihan guna meningkatkan motivasi kerja karyawan dan juga pelatihan atau kegiatan untuk pencegahan dan penanggulangan stres kerja
5. Perlu perencanaan yang matang dalam membuat kebijakan untuk menghindari seringnya melakukan perubahan kebijakan dan aturan.
6. Perlu penerapan sistem rotasi yang sesuai, terjadwal dan sistematis agar karyawan menjadi nyaman dalam bekerja.
7. Perlu pengkajian ulang tentang penentuan target pada setiap karyawan, sehingga pemberian target kerja merupakan target yang realistik.

5.3. Saran untuk penelitian selanjutnya

Perlu dikembangkan cakupan responden maupun lokasi penelitian, tidak hanya pada karyawan *frontliner* saja, melainkan pada seluruh karyawan, seluruh cabang, bahkan semua wilayah kerja PT Bank XXX di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arep, Ishak dan Tanjung, Hendri. 2003. *Manajemen Motivasi :* Jakarta : Grasindo

Elfrida, Dame, 2009. Analisis pengaruh Iklim Organisasi, Motivasi dan Kompensasi terhadap Semangat Kerja Petugas Lembaga Pemasyarakatan Klas II-B Lubuk Pakam Universitas Sumatera Utara, Medan

Ferdinand, Augusty, 2005, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Yogyakarta.

George, J. M & Jones, G. R. 2005. *Understanding and Managing*

Organizational Behavior. New Jersey : Uooer Sadlle River.

Gomes, Faustino Cardoso. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jogjakarta: Andi Offset

Hair, Joseph F.J.r.,Anderson Ralph E.,Tathan Ronald L. and Black William C., 1998. *Multivariate Data Analysis*, 5th Edition, Prentice-Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey

Hasibuan H, Malayu SP, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dasar dan Keberhasilan Toko Gunung Agung*: Jakarta

Kreitner, Robert and Angelo Kinicki,2003, *Perilaku Organisasi*, buku 1 edisi 5, Salemba Empat Jakarta.

Luthans, Fred, 2006, *Perilaku Organisasi*, edisi 10, ANDI Yogyakarta

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu, 2002, *Evaluasi Kinerja SDM*, Refika Aditama, Bandung

Mathis, L, Robert, John H. Jackson, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Salemba Empat: Jakarta

Mc Clelland, David. 2008. *Teori Motivasi Mc Clelland & Teori Dua Motivasi Hezberg*. http://kuliah komunikasi.blogspot.com/2008/II/teori-motivasi-mc clelland-teori-dua.html, Diakses tanggal 12 April 2010

Muljani, Ninuk. *Kompensasi Sebagai Motivator untuk Meningkatkan* Kinerja dalam "Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan" Volume 4 No.2 September 2002: 108-122.

Nawawi, Hadari (2001), *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Kompetitif*, Gajah Mada University Pers, Yogyakarta

Nazir, Moh., 2006, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Prawirosentono, Suyadi. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta : BPFE

Robbins, Stephen P,1996, *Organizational Behaviour*, Alih Bahasa Hadyana Pujaatmaka, "Perilaku Organisasi," Prenhalindo Jakarta

Siagian, Sondang P., 2002, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Rineka Cipta, Jakarta.

Sugiyono. 2004. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: CV Alfabeta

Whitmore, John.2002. *Coaching for Performance, Seni Mengarahkan untuk Mendongkrak Kinerja*. Terjemahan Y.D Hely Purnomo. Jakarta: Gramedia

Wirawan. 2007. *Budaya dan Iklim Organisasi*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

BOTH PARTIAL AND STIMULTANEOUS IMPACT ON EMPLOYEE PRODUCTIVITY BASED ON SUPERVISOR PERCEPTION (SURVEY ON THE STAR HOTEL IN WEST JAVA)

Asep Kurniawan[1)]
E-mail : asepkurniawan2010@gmail.com
[1)]Economics Faculty of Jenderal Achmad Yani University

ABSTRACT

The number of employees who are not productive due to the lack of competence and commitment. This study aimed to produce a study on the influence of the competence and commitment of both partial and simultaneous impact on employee productivity research is descriptive and verification by the method of the survey, conducted in hotels in particular 3, 4 and 5 in West Java with a sample size of 223 people supervisor food and baverage and supervisors room devision. Testing the hypothesis using Structural Equation Modeling (SEM). The results showed there were significant effects of the variables of competence and commitment to employee productivity. This fact means that the competence and commitment of partially and simultaneously play a role in shaping and improving employee productivity as well as lower star hotel in West Java.

Keywords: *Competence, Commitment, Employee Productivity*

ABSTRAK

Banyaknya karyawan yang tidak produktif disebabkan oleh rendahnya kompetensi dan komitmen. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan kajian tentang pengaruh kompetensi dan komitmen baik parsial dan simultan terhadap produktivitas kerja karyawan. Penelitian ini bersifat verifikatif dengan metode survei, dilakukan di hotel berbintang khususnya bintang 3, 4 dan 5 di Jawa Barat dengan ukuran sampel sebanyak 223 orang supervisor *food and baverage* dan supervisor *room devision.* Pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM)

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang bermakna dari variabel kompetensi dan komitmen terhadap produktivitas kerja karyawan. Fakta ini berarti kompetensi dan komitmen secara parsial maupun bersamaan berperan dalam membentuk dan meningkatkan serta menurunkan produktivitas kerja karyawan hotel berbintang di Jawa Barat.

Kata Kunci : Kompetensi, Komitmen, Produktivitas Kerja Karyawan

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu usaha inti ("*core business"*) dari pembangunan ekonomi regional makro Provinsi Jawa Barat, sebagaimana tertuang dalam Repetada 2003 Provinsi Jawa Barat, yang juga dipertegas dalam Perda Provinsi Jawa Barat Nomor 1 Tahun 2004. Industri perhotelan atau akomodasi merupakan bagian dari pariwisata yang tidak dapat dipisahkan. Terjadinya penurunan atau peningkatan pada sektor wisata akan memberi pengaruh pada sektor perhotelan. Industri pariwisata merupakan sumber devisa bagi negara, yang mana sepertiga disumbangkan usaha perhotelan.

Produktivitas kerja merupakan perbandingan terbaik antara hasil yang diperoleh dengan jumlah kerja yang dikeluarkan. Perbandingan terbaik dapat dicapai dengan kompetensi karyawan yang tinggi juga harus di imbangi dengan komitmen karyawan yang tinggi pula.

Berdasarkan penelitian pendahuluan dan pengamatan yang telah dilakukan terhadap 30 orang supervisor operasional yang menilai karyawan bagian *food* dan *beverage* serta karyawan *room devision* hotel bintang tiga, empat dan lima di Provinsi Jawa Barat, peneliti mendapatkan beberapa fenomena yang peneliti ditemukan.

Fenomena ***pertama*** adalah fakta yang berkaitan dengan kom-petensi karyawan hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat dapat dijelaskan bahwa 53,33% menurut pendapat supervisor *food and beverage* dan supervisor *room devision* sebagai atasan langsung karyawan menunjukkan karyawan yang menjadi bawahannya ternyata tidak kompeten. Kessler (2008) menyatakan bahwa organisasi seharusnya mampu memastikan karyawan untuk memahami kompetensi pekerjaannya agar mampu menyesuaikan dengan pekerjaannya.

Fenomena ***kedua,*** gambaran tentang komitmen karyawan hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat menurut penilaian supervisor *food and beverage* dan supervisor *room devision* menunjukkan 56,67% karyawan tidak berkomitmen. Luthans (2006) mengemukakan bahwa ringkasan penelitian dari dulu sampai sekarang menunjukkan hubungan yang positif antara komitmen organisasi dan hasil yang diinginkan seperti kinerja tinggi, tingkat pergantian karyawan yang rendah, dan tingkat ketidakhadiran yang rendah.

Akhirnya fenomena ***ketiga,*** untuk produktivitas kerja karyawan hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat hasil penilaian supervisor *food and beverage* dan supervisor *room devison* menunjukkan sebesar 53,33% karyawan tidak produktif. Menurut Sedarmayanti (2010) bahwa dengan semakin berkembangnya kegiatan dunia usaha di berbagai sektor, maka perlu lebih diperhatikan cara kerja yang akan menciptakan efisiensi yang pada akhirnya akan menghasilkan produktivitas kerja.

Peningkatan produktivitas kerja karyawan yang tinggi diharapkan kegiatan-kegiatan organisasi akan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya manusia merupakan salah satu komponen yang penting dalam suatu organisasi karena meningkatkan produktivitas kerja merupakan tanggung jawab sumber daya manusia - sumber daya manusia di dalam organisasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: seberapa besar pengaruh kompetensi karyawan dan komitmen karyawan baik secara parsial dan simultan terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

METODE ANALISIS

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini akan digunakan metode penelitian verifi-katif. Populasi penelitian ini adalah seluruh supervisor bagian *food and baverage* dan supervisor *room devi-sion* hotel berbintang (khususnya bintang tiga, empat dan lima) di Provinsi Jawa Barat. Dalam mela-kukan penarikan sampel, metode yang digunakan adalah metode acak proposional *(Proportional Random Sampling),* di mana sampel yang diperoleh akan ditarik secara proposional sesuai dengan jumlah hotel dan jumlah supervisor pada setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat.

Ukuran sampel yang ditentukan dalam uji statistika dengan menggunakan model persamaan struktural atau *Struktural Equation Modeling* (SEM). Secara umum, ukuran sampel untuk model persamaan struktural paling sedikit 200 pengamatan". Joreskog dan Sorbom (1998, hal. 32) dalam Bahrudin & Tobing, (2003: 68) menyatakan bahwa hubungan antara banyaknya variabel dan ukuran sampel minimal dalam metode persamaan struktural adalah seperti dalam Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1 Ukuran Sampel Minimal dengan Banyaknya Variabel

Banyaknya Variabel	Ukuran Sampel Minimal
3 – 10	200
11 – 15	360
16 – 20	630
21 – 25	975
26 – 30	1395

Sumber: Bahrudin & Tobing (2003:68)

Peneliti menetapkan 223 supervisor *food and beverage* dan *room devision* yang melakukan penilaian terhadap karyawannya sebagai sampel dari penelitian ini. Selanjutnya untuk pengambilan sampel hotel yang tersebar di 26 Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat dilakukan dengan alokasi proporsional menggunakan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i = jumlah sampel untuk Kabupaten/Kota ke-i

N_i = jumlah populasi hotel di Kabupaten/Kota ke-i

N = jumlah populasi hotel di Provinsi Jawa Barat

Menurut data dari BPS Provinsi Jawa Barat tahun 2010 menerangkan bahwa jumlah hotel bintang tiga sebanyak 63 hotel, hotel bintang empat sebanyak 33 hotel dan untuk hotel berbintang lima hanya ada 7 hotel sehingga dapat ditentukan jumlah sampel untuk hotel bintang

tiga berjumlah 122 supervisor, hotel bintang empat berjumlah 64 serta hotel bintang lima berjumlah 14 supervisor. Adapun sampel untuk setiap kabupaten/kota untuk hotel berbintang sebagaimana ditunjukkan pada ditabel 2 berikut :

Tabel 2 Rancangan Jumlah Sampel Supervisor Hotel Berbintang di Provinsi Jawa Barat

No	Kab/ Kota	Hotel Bintang	Populasi Hotel	Sampel Hotel	Nama Hotel	Sampel Super-visor *Food & Beverage*	Sampel Super-visor *Room Devision*	Total Sampel Super-visor
1	Kab. Bogor	Tiga	6	3	Damar Palasari Indah	3	3	6
					Seruni	2	3	5
					Aries Biru	3	2	5
		Empat	4	3	Citra Cikopo	2	3	5
					Lido Lakes Resort	3	3	6
					Safari Garden	2	3	5
2	Kab. Suka-bumi	Tiga	2	1	Pangrango	3	2	5
		Empat	1	1	Samudera Beach	2	3	5
3	Kab. Cianjur	Tiga	2	2	Bukit Raya Permai	3	3	6
					Sangga Buana	3	3	6
		Empat	3	2	Novus	2	2	4
					Bukit Indah	3	3	6
4	Kab Ciamis	Tiga	1	1	Surya pesona	2	3	5
5	Kab. Garut	Empat	1	1	Tirta Gangga	3	3	6
6	Kab. Kuningan	Tiga	1	1	Tirta sanita	3	3	6
7	Kab. Cirebon	Tiga	3	1	Patra Jasa	3	3	6
8	Kab. Subang	Tiga	2	1	Sari Ater	3	4	7
9	Kab. Bekasi	Tiga	1	1	Ibis Cikarang	2	3	5

10	Kab. Bandung Barat	Tiga	4	1	Grand Lembang	3	4	7
11	Kota Bogor	Tiga	2	2	Santika	2	2	4
					Parango	3	3	6
12	Kota Bandung	Tiga	27	7	Cipaku	2	3	5
					Karang setra	3	3	6
					Wirton	2	3	5
					Serela	3	3	6
					Gumilang Regency	3	3	6
					Internasiona l Imperium	3	3	6
					Astoria/Ista na	3	3	6
		Empat	7	4	Jayakarta	3	3	6
					Savoy Homan	3	3	6
					Arion Swiss	3	3	6
					Grand Seriti	3	3	6
		Lima	5	2	Grand Hill	3	4	7
					Grand Preanger	4	4	8
13	Kota Cirebon	Tiga	2	1	Bentani	3	3	6
		Empat	1	1	Zamrud	3	3	6
14	Kota Bekasi	Empat	1	1	Horison	3	3	6
15	Kota Tasikmala ya	Tiga	1	1	Crown	2	2	4

Sumber: Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat, tahun 2010

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini mengelaborasi 3 (tiga) variabel laten. Ketiga variabel tersebut adalah: kompetensi karya-wan dengan simbol (KPK) dan komitmen karyawan dengan simbol (KMK) sebagai *independent variable* terhadap produktivitas kerja karya-wan (PKK) sebagai *dependent variable*.

Kompetensi sebagai variabel pertama dengan sub variabelnya adalah kompetensi intelektual, kom-petensi emosional dan kompetensi sosial (Spencer and Spencer, 1993).

Kompetensi menurut Spencer dan Spencer (1993) merupakan karakteristik dasar perilaku individu yang berhubungan dengan kriteria acuan efektif dan atau kinerja unggul di dalam pekerjaaan atau situasi.

Penelitian ini menggunakan 6 kluster atau dimensi seperti yang diungkapkan oleh Spencer dan Spencer (1993). Adapun klaster atau dimensi dan indikator yang di gunakan sebagai berikut : Dimensi **Kompetensi berprestasi dan bertindak** dengan indikator prestasi, inisiatif, pengumpulan informasi. Dimensi **Kompetensi keahlian** dengan indikator berpikir analisis, berpikir konseptual, komunikasi. Dimensi **Efektivitas diri** dengan indikator kepercayaan diri, memiliki kemampuan dalam berhadapan dengan kondisi yang serba tidak pasti. Dimensi **Kompetensi pelayanan** dengan indikator orientasi pelayanan pelanggan. Dimensi **Kompetensi manajerial** dengan indikator mengembangkan orang lain, kemampuan mengarahkan, kerja kelompok dan kerja sama, memimpin kelompok. Dimensi **Kompetensi mempengaruhi orang lain** dengan indikator kemampuan meyakinkan orang lain.

Komitmen seseorang terhadap organisasinya seringkali menjadi isu yang sangat penting dalam dunia kerja. Meyer, *et al* (2002) mendefinisikan komitmen dalam tiga dimensi yaitu: komitmen afektif, komitmen kontinyu dan komitmen normatif. Komitmen afektif adalah tingkat seberapa jauh seorang karyawan secara emosi terikat, mengenal, dan terlibat dalam organisasi. Komitmen kontinyu adalah suatu penilaian terhadap biaya yang terikat dengan meninggalkan organisasi. Komitmen normatif melihat pada seberapa jauh seseorang secara *psychological* terikat untuk menjadi karyawan dari sebuah organisasi yang didasarkan kepada perasaan seperti kesetiaan, kehangatan, pemilikan, kebanggaan, kesenangan, kebahagian dan lain lain.

Adapun indikator – indikator-nya dalam komimen karyawan sebagai berikut **Komitmen afektif** dengan indikator keseimbangan anta-ra nilai dan tujuan, kepercayaan terhadap perusahaan, hubungan seca-ra emosional dengan perusahaan, perusahaan merupakan bagian dari hidup serta kerelaan bekerja pada perusahaan. **Komitmen kontinyu** dengan indikator kecintaan terhadap perusahaan, ketahanan pada pekerjaan sekarang, rasa berkorban bila menunda pekerjaan, ketahanan tawaran pekerjaan luar serta gangguan kehidupan jika meninggalkan perusahaan. **Komitmen normatif** dengan indikatornya kewajiban untuk tetap tinggal pada perusahaan, keengganan meninggalkan perusahaan, kewajiban bertahan pada perusahaan, rasa kecewa atasan bila ditinggalkan karyawan serta konsistensi dengan pekerjaan.

Produktivitas dapat dilihat dari berbagai aspek, tergantung kepada tujuan organisasi dan bentuk organisasi itu sendiri. Berbagai ungkapan seperti *output*, kinerja, efisiensi, efektivitas sering dihubungkan dengan produktivitas. Produktivitas kerja karyawan merupakan perbandingan antara hasil yang dicapai (efektivitas) dengan keseluruhan sumber daya (efisiensi) yang dipergunakan persatuan waktu (Sedarmayanti, 2010; Sakamoto, 2010; Heizer dan Render, 2011)

Pengertian di atas dapat di kaji bahwa produktivitas juga diartikan sebagai tingkatan efisiensi dalam memproduksi barang - barang atau jasa - jasa. Produktivitas mengutarakan cara pemanfaatan secara baik

terhadap sumber-sumber dalam memproduksi barang-barang.

Menurut Sedarmayanti (2010) menyatakan bahwa produktivitas kerja bukan semata - mata ditujukan untuk mendapatkan hasil kerja yang sebanyak – banyaknya, melainkan kualitas kinerja juga penting diperhatikan, serta tepat waktu dalam penyelesaian proses produksi. Produktivitas kerja diupayakan meningkat dengan jalan metode kerja atau prosedur penyelesaian pekerjaan dengan lebih efektif termasuk tata prosedur untuk memperkecil pemborosan.

Selanjutnya Heizer dan Render (2011) menyatakan bahwa proses pembuatan barang dan jasa memerlukan transformasi sumber daya menjadi barang dan jasa. Produktivitas adalah perbandingan antara *output* (barang dan jasa) dibagi dengan *input* (sumber daya, seperti tenaga kerja dan modal). Tugas manajer operasi meningkatkan perbandingan antara *output* dan *input* ini. Meningkatkan produktivitas berarti meningkatkan efisiensi.

Tabel 3 Matriks Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kompetensi Karyawan (KPK) Merupakan sejum-lah karakteristik individu yang berhubungan dengan acuan kriteria perilaku yang diharap-kan dan kinerja terbaik dalam sebu-ah pekerjaan atau situasi yang diha-rapkan untuk dipe-nuhi. (Spencer dan Spencer, 1993)	**A. Kompetensi Intelektual**	**1 Kompetensi berprestasi dan bertindak**	- Prestasi	Ordinal	KPK1s/d KPK3
			- Inisiatif	Ordinal	KPK4 s/d KPK6
			- Pengumpulan informasi		KPK7s/d KPK8
		2 Kompetensi keahlian	- Berpikir analitis	Ordinal	KPK9 s/d KPK11
			- Berpikir konseptual	Ordinal	KPK12 s/d KPK14
			- Komunikasi	Ordinal	KPK15 s/d KPK17
	B. Kompetensi Emosional	**3 Efektivitas diri**	- Kepercayaan diri	Ordinal	KPK18 s/d KPK22

			- Memiliki kemampuan dalam berhadapan	Ordinal	KPK23 s/d KPK24
		4 Kompetensi pelayanan	dengan kondisi yang serba tidak pasti	Ordinal	
			- Orientasi pelayanan		KPK25
	C. Kompetensi Sosial	**5 Kompetensi manajerial**	pelanggan. - Mengembangkan orang lain		s/d KPK27
				Ordinal	KPK28 s/d
			- Kemampuan mengarahkan rinci	Ordinal	KPK31 KPK32 s/d KPK35
			- Kerja kelompok dan kerja sama	Ordinal	KPK36
		6 Kompetensi mempengaruhi orang lain	- Memimpin kelompok	Ordinal	s/d KPK38 KPK39
			- Kemampuan menyakinkan		s/d
		1 Komitmen Afektif	orang lain	Ordinal	KPK42 KPK43
Komitmen Karyawan (KMK) Merupakan sikap atau keterkaitan psikologis antara individu anggota dengan organisasi-nya yang dicirikan oleh adanya keya-kinan dan peneri-maan terhadap tu-juan			- Keseimbangan antara nilai dan tujuan, keperca-yaan terhadap perusahaan, hubungan secara emo-sional dengan perusahaan, perusahaan merupakan bagian dari hidup, kerelaan	Ordinal	s/d KPK45 KMK1 s/d KMK5
		2 Komitmen Kontinyu		Ordinal	

dan nilai -nilai organisasi, keingi-nan untuk tetap menjadi anggota dan keinginan un-tuk memajukan or-ganisasinya . (Meyer *et al*,2002 dan Armstrong, 2006)		**3 Komitmen Normatif**	bekerja pada perusahaan - Kecintaan terha-dap perusahaan, ketahanan pada pekerjaan seka-rang, rasa berkor-ban bila menunda pekerjaan, keta-hanan tawaran pekerjaan luar, gangguan kehi-dupan jika me-ninggalkan peru-sahaan - Kewajiban untuk tetap tinggal pada perusahaan, ke-engganan me-ninggalkan perusahaan, kewajiban bertahan pada perusahaan, rasa kecewa atasan bila ditinggalkan karyawan, kon-sistensi dengan pekerjaan	Ordinal Ordinal	KMK6 s/d KMK10 KMK11 s/d KMK15
Produktivitas Kerja Karyawan (PKK) Produktivitas kerja karyawan	**Efektivitas** **Efisiensi**		Rasio efektivitas dengan efisiensi	Ordinal	PKK1 s/d PKK3 PKK4 s/d

merupa-kan perbandingan antara hasil yang dicapai (keluaran) dengan keseluru-han sumber daya (masukan) yang di-pergunakan persa-tuan waktu (Saka-moto,2010; Sedar-mayanti,2010, Heizer dan Render, 2011)		Ordin al	PKK6

Teknik Analisis Data

Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2009) validitas yaitu penelitian yang apa-bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Untuk melihat pengu-jian validitas dilihat dari nilai r hitung > r tabel maka hasil tersebut dinyatakan valid. Salah satu cara untuk menghitung validitas suatu alat *test* yaitu dengan melihat daya pembeda butir pernyataan, daya pembeda butir pernyataan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara "korelasi butir pernyataan total". Korelasi butir pernyataan dengan skor secara keseluruhan yang dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi antara setiap butir pernya-taan dengan skor keseluruhan, yang dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *product moment* yaitu:

$$r_{XY} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[\left(n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right) \times \left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)\right]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi (indeks validitas)

n = jumlah sampel

X = skor masing-masing item

Y = skor total item

Prinsip utama pemilihan butir pernyataan dengan melihat koefisien korelasi adalah mencari harga koe-fisien yang setinggi mungkin dan menyingkirkan setiap butir pernyata-an yang mempunyai korelasi negatif (-) atau koefisien yang mendekati nol (0,00). Menurut Sarwono dan Marta-diredja (2008:189) bahwa butir per-tanyaan dalam penelitian sudah dapat dikatakan valid apabila *total corre-lation* sudah berada di atas nilai r tabel yaitu 0,317

Besarnya koefisien korelasi yang diperoleh ditentukan berdasar-kan kriteria (Sugiono, 2009) dengan ketentuan sebagai berikut :

0,000– 0,199hubungan sangat rendah
0,200 – 0,399 hubungan rendah
0,400 – 0,599 hubungan sedang
0,600 – 0,799 hubungan kuat
0,800 – 1,000 hubungan sangat kuat.

Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas berarti tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik.

Teknik perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan adalah koefisien realibilitas *Alpha Cronbach* (Nunnaly dalam Ghozali, 2005:133). Adapun rumus tersebut sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left[1 - \frac{\sum_{i=1}^{k} S_i^2}{S_t^2}\right]$$

Keterangan:

k = adalah banyaknya butir pernyataan

S^2_I = adalah varians dari skor butir pernyataan ke-i

S^2_t = adalah varians dari total skor keseluruhan butir pernyataan

Sedangkan rumus varians yang digunakan adalah:

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2$$

Keterangan:

S^2 = varians

n = banyaknya responden

X_i = skor yang diperoleh responden ke-i

X = rata - rata

Analisis reliabilitas mengguna-kan angka *Cronbach Alpha* menurut Sarwono dan Martadiredja (2008:189) menggunakan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai Alpha positif dan > 0,8 maka butir pertanyaan tersebut reliabel
- Jika nilai Alpha positif dan < 0,8 maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel
- Jika Alpha negatif maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel

Pengujian Instrumen Penelitian

Pada bagian ini akan disajikan instrumen penelitian yang diperoleh dari penyebaran angket kepada responden sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Angket terdiri dari 66 butir pernyataan dengan perincian 45 butir pernyataan mengenai kompetensi karyawan, 15 butir pernyataan tentang komitmen karyawan, dan 6 butir pernyataan tentang produktivitas kerja karyawan.

Jumlah responden pada peneli-tian ini sebanyak 223 orang, yaitu supervisor *food and beverage* serta supervisor *room devision* hotel berbintang yang tersebar seluruh Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat. Metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data pada penelitian ini adalah analsis deskriptif dan *structural equation modeling* sebagai alat bantu dalam pengambilan kesimpulan.

Pengujian instrumen penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan sebagai alat ukur yang baik. Analisis instrumen penelitian terdiri atas pengujian validitas dan reliabilitas.

Pengujian Validitas Data

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar - benar dapat menjalankan fungsi ukurnya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur

digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total ≥ 0,317 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid (Sarwono dan Martadiredja, 2008:189). Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi *product moment* (indeks validitas) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Hasil perhitungan validitas instrumen kompetensi karyawan yang terdiri dari 45 item pernyataan semuanya memenuhi persyaratan validitas, karena koefisien korela-sinya > 0,317.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Kompetensi Karyawan

Nomor butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,584	0,317	Valid
Item 2	0,613	0,317	Valid
Item 3	0,614	0,317	Valid
Item 4	0,727	0,317	Valid
Item 5	0,589	0,317	Valid
Item 6	0,599	0,317	Valid
Item 7	0,722	0,317	Valid
Item 8	0,675	0,317	Valid
Item 9	0,746	0,317	Valid
Item 10	0,688	0,317	Valid
Item 11	0,548	0,317	Valid
Item 12	0,681	0,317	Valid
Item 13	0,678	0,317	Valid
Item 14	0,727	0,317	Valid
Item 15	0,797	0,317	Valid
Item 16	0,780	0,317	Valid
Item 17	0,835	0,317	Valid
Item 18	0,713	0,317	Valid
Item 19	0,811	0,317	Valid
Item 20	0,705	0,317	Valid
Item 21	0,717	0,317	Valid
Item 22	0,785	0,317	Valid
Item 23	0,691	0,317	Valid
Item 24	0,742	0,317	Valid
Item 25	0,802	0,317	Valid
Item 26	0,644	0,317	Valid
Item 27	0,738	0,317	Valid
Item 28	0,709	0,317	Valid

Nomor butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 29	0,675	0,317	Valid
Item 30	0,640	0,317	Valid
Item 31	0,737	0,317	Valid
Item 32	0,791	0,317	Valid
Item 33	0,623	0,317	Valid
Item 34	0,633	0,317	Valid
Item 35	0,729	0,317	Valid
Item 36	0,750	0,317	Valid
Item 37	0,760	0,317	Valid
Item 38	0,710	0,317	Valid
Item 39	0,671	0,317	Valid
Item 40	0,629	0,317	Valid
Item 41	0,601	0,317	Valid
Item 42	0,606	0,317	Valid
Item 43	0,755	0,317	Valid
Item 44	0,655	0,317	Valid
Item 45	0,648	0,317	Valid

Dari 15 pernyataan tersebut semuanya memenuhi persyaratan validitas, karena koefisien korela-sinya > 0,317.

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Kuesioner Komitmen Karyawan

Nomor butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,605	0,317	Valid
Item 2	0,623	0,317	Valid
Item 3	0,591	0,317	Valid
Item 4	0,622	0,317	Valid
Item 5	0,528	0,317	Valid
Item 6	0,603	0,317	Valid
Item 7	0,562	0,317	Valid
Item 8	0,601	0,317	Valid
Item 9	0,614	0,317	Valid
Item 10	0,518	0,317	Valid
Item 11	0,610	0,317	Valid
Item 12	0,655	0,317	Valid
Item 13	0,646	0,317	Valid
Item 14	0,586	0,317	Valid
Item 15	0,627	0,317	Valid

Hasil perhitungan validitas instrumen penelitian tentang produk-tivitas kerja karyawan terdapat 6 item pernyataan tersebut semuanya

memenuhi persyaratan validitas, karena koefisien korelasinya > 0,317.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Kuesioner Produktivitas Kerja Karyawan

Nomor butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,670	0,317	Valid
Item 2	0,691	0,317	Valid
Item 3	0,713	0,317	Valid
Item 4	0,733	0,317	Valid
Item 5	0,567	0,317	Valid
Item 6	0,748	0,317	Valid

Pada ketiga tabel di atas dapat dilihat semua indeks validitas lebih besar dari nilai kritis 0,317. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel sudah valid sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Pengujian Reliabilitas

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendeka-tan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefi-sien reliabilitas lebih besar dari 0,80 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel) (Sarwono dan Martadiredja, 2008:189). Berda-sarkan hasil pengolahan meng-gunakan metode *split-halff* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Nilai kritis	Keterangan
Kompetensi	0,978	0,80	reliabel
Komitmen	0,908	0,80	reliabel
Produktivitas kerja	0,879	0,80	reliabel

Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis dan interpretasi penelitian ini metode kuantitatif sebagai alat bantu statistik. Metode kuantitatif berupa analisis hubungan antar variabel yang diteliti menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). Teknik analisis *Structural Equation Modelling*

(SEM) memerlukan data yang mempunyai tingkat pengukuran sekurang-kurangnya interval, karena itu seluruh variabel berskala ordinal ditingkatkan terlebih dahulu menjadi berskala interval dengan menggunakan *Index Construction method atau* T-*score* dengan rumus:

I=*Trunc* [(T1 + T2 + ...+ Tk) / k]

With T1,T2,..Tk=T-*score of k variables*

I= *index constructed with k variables*

Trunc = truncated and

Tk = [(Vk – Mk) / SDk) *10) + 50]

where, Vk = *value of variable-k for every case;*

Mk = *mean of variable-k; and*

SDk= s*tandard deviation of variable-k.*

(MOW International Research Team dalam Maman Kusman Sulaeman,1989, p.63; Anastasi, 1990; Azwar, 2000)

Variabel dalam penelitian ini berdasarkan paradigma dan hipotesis penelitian terdiri atas dua variabel eksogen, yaitu: kompetensi karyawan, komitmen karyawan dan satu variabel endogen, yaitu: produktivitas kerja karyawan. Khusus untuk variabel produktivitas kerja karyawan menghitungnya dengan membagi skor efektivitas dengan skor efisiensi setelah data ordinal dijadikan interval terlebih dahulu. Pembagian skor efektivitas dengan skor efisiensi sejalan pendapat Sinungan (2009) "Produktivitas diartikan sebagai tingkat efisiensi dalam produksi barang - barang atau jasa - jasa, produktivitas mengutarakan cara pemanfaatan secara baik terhadap sumber - sumber dalam memproduksi barang-barang". Pendapat tersebut dapat di kaji bahwa efektivitas berhubungan dengan pencapaian tujuan - tujuan yang diekspektasi, efisiensi berhubungan dengan bagaimana baik berbagai macam sumber daya atau *input* di kombinasi.

Dengan demikian produktivitas merupakan suatu kombinasi dari efektivitas dan efisiensi dapat diukur dengan membandingkan antara efektivitas dengan efisiensi. Untuk mengungkapkan hubungan antara variabel tersebut selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis secara empiris dengan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* melalui penggunaan *Software Lisrel Version* 8.5.

Kesesuaian model dievaluasi melalui telahan terhadap berbagai *Goodness-of-Fit*. Beberapa indeks kesesuaian ini yang digunakan dalam menguji sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah:

1) χ^2 (*Chi-square* statistik). Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan apabila nilai χ^2 rendah. Dalam pengujian ini nilai χ^2 yang rendah pmenghasilkan sebuah tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yang mengindika-sikan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara matriks kovarian data dan matriks kovarians yang diestimasi.

2) *RMSEA* (*The Root Mean Square Error of Approximation*). Nilai *RMSEA* menunjukkan *Goodness-of-Fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai *RMSEA* $\leq$ 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom.*

Dengan demikian indeks - indeks yang dapat digunakan untuk menguji

kelayakan sebuah model adalah seperti yang diringkas dalam Tabel 8 berikut.

Tabel 8 Indeks Kesesuaian Model

Indek Kesesuaian χ^2	Rekomendasi Nilai
Significanced Probability χ^2	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08

Langkah selanjutnya dalam evaluasi model setelah kesesuaian model diuji adalah penilaian unidi-mensionalitas dan reliabilitas. Unidi-mensionalitas adalah sebuah asumsi yang digunakan dalam menghitung reliabilitas dari model yang menunjukkan bahwa dalam sebuah model satu dimensi, indikator - indikator yang digunakan memiliki derajat kesesuaian yang baik. Sedangkan reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator - indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing - masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang umum.

Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Validitas adalah tingkat akurasi yang dicapai sebuah indikator dalam menilai sesuatu atau akuratnya pengukuran atas apa yang seharusnya diukur. Ada dua buah ukuran reliabilitas yang digunakan yaitu: *Construct Reliability* dan *Variance Extracted* (Hair, *et al*, 2006).

Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah C-R ≥ 0,7. Sedangkan ukuran reliabilitas yang kedua adalah *Variance Extracted (V-E)* yang menunjukkan jumlah varians indikator - indikator yang diekstraksi dari laten variabel. Nilai *V-E* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator - indikator yang digunakan telah mewakili laten variabel secara baik.

Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang direkomendasikan adalah *V-E* ≥ 0,5.

Secara umum model pengu-kuran untuk variabel eksogen dan variabel endogen dapat dirumuskan sebagai berikut.

Exogenous Constructs

$X = \Lambda x\xi + \delta$

Endogenous Construts

$Y = \Lambda y\eta + \varepsilon$

Keterangan :

X = Variabel eksogen

Y = Variabel endogen

Λ = Bobot faktor

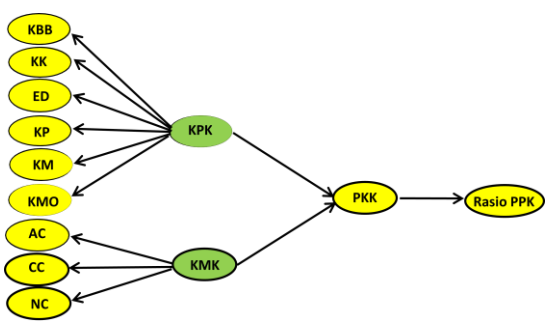
ξ = Variabel laten eksogen

η = Variabel laten endogen

δ = *error variance* variabel manifes eksogen

ε = *error variance* variabel manifes endogen

Setelah dijabarkan model pengukuran dari masing-masing variabel laten, selanjutnya akan diuraikan model struktural antar variabel laten yang mengacu pada hipotesis penelitian. Berdasarkan paradigma penelitian maka hubungan antar variabel laten dapat digambarkan sebagai berikut





Gambar 2 Model Struktural Paradigma Penelitian

Melalui hubungan struktural yang disajikan pada gambar 2 maka ketiga hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya akan diuji dengan uraian sebagai berikut.

Hipotesis :

Kompetensi karyawan (KPK) , komitmen karyawan (KMK) berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan (PKK) baik secara parsial maupun simultan

Persamaan model struktural:

$PKK = \gamma_{2.1}\ KPK + \gamma_{2.2}\ KMK$

Struktur ini diuji melalui hipotesis operasional dengan formulasi sebagai berikut:

Ho : $\gamma_{2.i} = 0$

H1 : $\gamma_{2.i} \neq 0 \quad i = 1, 2, 3$

Hipotesis ini diuji menggunakan statistik uji t dengan ketentuan H_0 ditolak jika t_{hitung} lebih besar dari nilai kritis t untuk $\alpha = 0{,}05$ yaitu sebesar 1,96.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model (*good-ness of fit*) dilakukan untuk menge-tahui apakah model yang diperoleh telah tepat dalam menggambarkan hubungan antar variabel yang sedang diteliti sehingga dapat dikategorikan kedalam model yang baik. Uji kecocokan model dalam *structural equation modelling* dapat dilihat berdasarkan beberapa kriteria pengujian kecocokan model seperti disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9 Hasil Uji kecocokan Model

Ukuran Goodness of Fit	Nilai Hasil Estimasi
Chi-Square	4812,53 (p-value = 0,000)
RMSEA	0,053*
GFI	0,646
AGFI	0,624
NFI	0,946*
CFI	0,978*
IFI	0,978*
RFI	0,946*
PNFI	0,917*
PGFI	0,609

*memenuhi kriteria model yang baik

Ukuran kesesuaian model dalam analisis SEM yaitu:

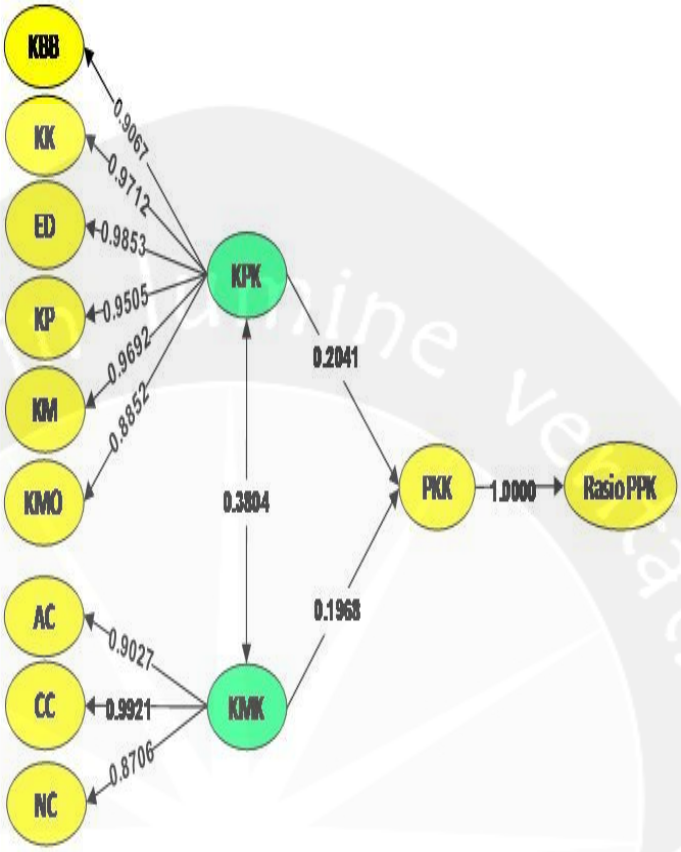
- Hasil perhitungan nilai χ^2 (*chi-square*) untuk model yang diteliti diperoleh sebesar 4812,53 dengan *p-value* = 0,000. Dilihat dari *p-value* lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa uji χ^2 signifikan.
- Dilihat dari nilai RMSEA (*Root Mean Square Error of Approxi-mation*) untuk model yang diteliti sebesar 0,053 menunjukkan model yang diperoleh memenuhi kriteria di mana diharapkan nilai RMSEA kecil (< 0,08).
- Dilihat dari nilai GFI (*Goodness of Fit Index*) untuk model yang diteliti sebesar 0,646 menunjuk-kan model yang diperoleh belum memenuhi kriteria, di mana diharapkan nilai GFI > 0,90.

Hasil ukuran kesesuaian absolut menunjukkan model yang diperoleh memenuhi kriteria *good-ness of fit* pada ukuran RMSEA yang relatif kecil (0,053 < 0,080) sehingga dapat disimpulkan bahwa model empiris yang diperoleh sudah sesuai dengan model teoritis. Untuk ukuran parsimonius (CFI, IFI, RFI dan PNFI) semua memenuhi kriteria model yang baik, yaitu lebih besar dari 0,90.

Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan model yang menghubungkan antara variabel laten dengan variabel manifes. Pada penelitian ini terdapat 12 variabel laten dengan jumlah variabel manifes sebanyak 61. Variabel laten kompetensi karyawan terdiri dari 45 variabel manifes, komitmen karyawan terdiri dari 15 variabel manifes, dan produktivitas kerja karyawan terdiri dari 1 variabel manifes.

Pada uji kecocokoan model (*goodness of fit*) menyimpulkan bahwa model dapat diterima, artinya model yang diperoleh dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah diajukan. Menggunakan metode estimasi *maximum likelihood* diperoleh diagram jalur *full* model kompetensi karyawan, komitmen karyawan dan pengaruhnya terhadap perilaku kewargaan organisasional serta dampaknya pada produktivitas kerja karyawan. Hipotesis yang akan diuji adalah pengaruh kompetensi karyawan, dan komitmen karyawan terhadap produkti-vitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat. Secara visual diagram jalur pada pengujian hipotesis digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3 Diagram Jalur Pengu-jian Hipotesis

a) Pengaruh Kompetensi Karya-wan, dan Komitmen Karya-wan Secara Bersama-sama Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan

Hipotesis:

H_0:Semua $\gamma_{2\cdot i} = 0$
i = 1,2

Kompetensi karyawan, dan komitmen karyawan secara bersama - sama tidak berpengaruh terhadap pro-duktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

Ha : Ada $\gamma_{2\cdot i} \neq 0$
i = 1,2

Kompetensi karyawan, dan komitmen karyawan secara bersama - sama berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbin-tang di Provinsi Jawa Barat.

Diketahui bahwa kompetensi karyawan dan komitmen karyawan memberikan pengaruh sebesar 19,70% dan melalui nilai tersebut dapat dihitung nilai F dengan rumus sebagai berikut.

$$F_{hitung} = \frac{(n-k-1)R^2_{Z(X_1X_2)}}{k(1-R^2_{Z(X_1X_2)})}$$

$$F_{hitung} = \frac{(223-3-1)\times 0{,}1970}{2\times(1-0{,}1970)}$$

$$= 26{,}986$$

Dari tabel F untuk tingkat signifikansi 0.05 dan derajat bebas (2;220) diperoleh nilai F tabel sebesar 3,037. Karena dari hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} (26,986) dan lebih besar dibanding F_{tabel} (3,037), maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_a diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dengan tingkat kepercayaan 95% disimpulkan bahwa kompetensi karyawan, dan komitmen karyawan secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

Secara bersama - sama variabel kompetensi karyawan, komitmen karyawan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 19,70% terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat. Sementara sisanya sebesar 80,30% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain diluar ketiga variabel independen yang diteliti.

Pengaruh simultan variabel kompetensi dan komitmen terhadap produktivitas kerja karyawan hotel berbintang di Jawa Barat adalah positif, artinya kompetensi yang relatif tinggi serta komitmen yang relatif tinggi akan dapat menentukan produktivitas kerja karyawan yang lebih tinggi. Dengan kata lain tinggi rendahnya produktivitas kerja karyawan dapat dijelaskan oleh tinggi rendahnya kompetensi dan komitmen yang dimiliki karyawan hotel berbintang. Kompetensi dan komitmen memiliki pengaruh yang signifikan secara uji statistik terhadap produktivitas kerja karyawan, artinya pengaruh kompetensi dan komitmen terhadap produktivitas kerja karyawan menunjukkan pengaruh yang kuat dan bermakna. Hasil penelitian ini sejalan dengan Lavelle, *et al* (2009) menyatakan bahwa membangun komitmen dan kompetensi karyawan di perusahaan dengan mengimplementasikan fungsi perencanaan dan pengambilan keputusan organisasi dalam usaha untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan James MD, *et al* (2002) menyatakan produktivitas kerja karyawan secara bersama - sama dapat terbentuk lewat kompetensi dan komitmen dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan.

Hipotesis:

b) Pengaruh Kompetensi Karyawan Secara Parsial Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan

$H_0 : \gamma_{2.1} = 0$

Kompetensi karyawan tidak berpengaruh ter-hadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

$Ha : \gamma_{2.1} \neq 0$

Kompetensi karyawan berpengaruh terhadap pro-duktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat nilai t_{hitung} variabel kompetensi karyawan (3,5539) lebih besar dari t_{kritis} (1,96). Karena nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{kritis}, maka dengan tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho sehingga Ha diterima. Jadi berda-sarkan hasil pengujian dengan tingkat kepercayaan 95% disimpul-kan bahwa kompetensi karyawan secara parsial berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

Secara parsial, pengaruh lang-sung kompetensi terhadap produkti-vitas kerja karyawan hotel berbintang sebesar 4,17%. Fakta ini menun-jukkan bahwa variabel kompetensi yang mencakup sub variabel kom-petensi intelektual dengan dimensi kompetensi berprestasi dan bertin-dak, serta kompetensi keahlian; sub variabel kompetensi emosional dengan dimensi efektivitas diri dan kompetensi pelayanan; serta sub variabel kompetensi sosial dengan dimensi kompetensi manajerial dan kompetensi mempengaruhi orang lain memperlihatkan pengaruh yang positif dalam pembentukan dan peningkatan produktivitas kerja karyawan hotel berbintang. Temuan hasil penelitian kompetensi berpe-ngaruh positif terhadap produktivitas kerja karyawan hotel berbintang mengindikasikan bahwa perbaikan melalui peningkatan kompetensi karyawan sangat penting peranannya dalam pembentukan dan peningkatan produktivitas kerja karyawan. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan Kim (2009) bahwa menyatakan kompe-tensi karyawan melalui perilaku - perilaku proaktif diantara sesama karyawan, efektivitas pekerjaan yang lebih positif, dan integrasi sosial karyawan memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas kerja karyawan di perusahaan. Dipertegas oleh Kalb, *et al* (2006) menyatakan bahwa apabila aktivitas sehari - hari dari karyawan dengan memahami dan mengikut-sertakan kompetensi di dalamnya, akan serta merta dapat meng *update* dan meningkatkan produktivitas kerja karyawan di perusahaan. Selanjutnya penelitian ini sesuai dengan Gangani, McLean and Braden (2006) menyatakan bahwa pendekatan kompetensi dijelaskan disini sebagai keterampilan, penge-tahuan, perilaku, karakter pribadi dan motivasi kerja yang dikaitkan dengan proses untuk meningkatkan produk-tivitas kerja karyawan.

Hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris dan didukung oleh beberapa teori serta

hasil penelitian sebelumnya bahwa tingginya kompetensi karyawan dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan.

c) Pengaruh Komitmen Karyawan Secara Parsial Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan

Hipotesis:

$H_0 : \gamma_{22} = 0$ Komitmen karyawan tidak berpengaruh ter-hadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat

Ha: $\gamma_{2.2} \neq 0$ Komitmen karyawan berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provin-si Jawa Barat.

Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat nilai t_{hitung} variabel komitmen karyawan (3,4580) lebih besar dari t_{kritis} (1,96). Karena nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{kritis}, maka dengan tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho sehingga Ha diterima. Berdasarkan hasil pengujian dengan tingkat kepercayaan 95% disimpulkan bahwa komitmen karyawan secara parsial berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan pada hotel berbintang di Provinsi Jawa Barat.

Sedangkan pengaruh langsung komitmen terhadap produktivitas kerja karyawan hotel berbintang sebesar 3,87%. Fakta ini menunjukkan bahwa variabel komitmen yang mencakup dimensi komitmen afektif, komitmen kontinyu dan komitmen normatif memperlihatkan pengaruh positif dalam pembentukan dan peningkatan produktivitas kerja karyawan hotel berbintang. Temuan penelitian ini komitmen berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja karyawan hotel berbintang mengindikasikan bahwa perbaikan komitmen karyawan sangat penting perannya dalam pembentukan dan peningkatan produktivitas kerja karyawan hotel berbintang.Hasil penelitian ini mempertegas penelitian yang dilakukan oleh Kuvaas (2006) bahwa komitmen karyawan yang ditunjukkan lewat perilaku mereka dapat dipergunakan sebagai dasar dalam rencana pembayaran kepada karyawan baik produktivitas kerja individu maupun produktivitas kerja bersama - sama dan Zhang, Zheng (2009) menyatakan bahwa kepuasan kerja memiliki keterkaitan dengan produktivitas kerja karyawan, dimana dalam kepuasan kerja terdapat prediktor - prediktor yang terdiri dari komitmen karyawan dan nilai budaya yang dianut karyawan.

Hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris dan didukung oleh beberapa teori serta hasil penelitian sebelumnya bahwa tingginya komitmen karyawan dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Terdapat pengaruh yang bermakna dari variabel kompetensi dan komitmen terhadap produktivitas kerja karyawan. Fakta ini berarti kompetensi dan komitmen

secara parsial maupun bersamaan membentuk dan meningkatkan serta menurunkan produktivitas kerja karyawan karyawan hotel berbintang di Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

Anastasi Anne, 1990. *Psychological Testing.* Sixth Edition. New York: Macmillan Publishing Company

Ahmad Bachrudin & Harapan L. Tobing, 2003. *Analisis Data Untuk Penelitian Survei Dengan Menggunakan Lisrel & Dilengkapi Contoh Kasus*, Jurusan Statistika, FMIPA-Unpad, Bandung.

Badan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata. 2006, *Standar Kompetensi Sumber Daya Manusia Hotel dan Restoran* Volume 1 dan 2. Badan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2010. *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Jawa Barat, Tahun 2007-2010.* ISSN.0216-5929 No. Publi-kasi:32543 1005. Jawa Barat : BPS

Bard Kuvaas. 2006. *Work Productivity, Affective Commitment, and Work Motivation: The Roles of Pay Administration and Pay Level.* Journal of Organizational Behaviour J. Organiz. Behav. 27, 365385 (2006), Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com).DOI:10.1002/job.377.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat. 2010. Pariwisata dan Budaya Dalam Angka 2010.

Hair, J.F. Jr, Anderson, R. E, Ronald L. T. dan William C. B. 2006. *Multivariate Data Analysis.* 7th edition. London: Prentice Hall International Inc.

Imam Fuad Ghozali 2005, *Struktural Equation Modelling, Teori, konsep dan Aplikasi*, Badan Penerbit Universitas Dipone-goro, Semarang.

J. Sarwono & T. Marteadiredja 2008. *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan.* Yog-yakarta : CV. Andi Offset

James Ames J. Lavella, Joel Brockner, Mary A. Konovsky, Kenneth H. Price, Amy B. Henley, Aakash Taneja and Vishnu Vinekar. 2009. *Com-mitment, Competencies, and Organizational Citizenship Behavior: a Multifoci Analysis,* Journal of Organizational Behavior J. Organiz. Behav. 30, 337–357 (2009), Published online 27 February 2008 in Wiley InterScience, (www.interscience.wiley.com).DOI:10.1002/job.518.

James MD., Douglas JB., Allen MK., and Robert GL. 2002. *Exami-ning The Roles of Job Involvement and Work Cen-trally in Predicting Organi-zational Citizenship Behavior and Job Performance*, Journal of organizational behavior, Vol. 23, pp. 98-108.

Jin Zhang, Wei Zheng. 2009. *How Does Satisfaction Translate into Productivity? An Exami-nation of Commitment and Cultural Values,* Human Resource Development Quar-terl., vol. 20, no. 3, Fall 2009 © Wiley Periodicals, Inc., Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com).DOI:10.1002/hrdq.20022.

Kate Bracy Kalb, Nancy M.Cherry, Jayne Kauzloric, Annette Brender, Kathy Green, Lea Ann Miyagawa,

and Anne Shinoda-Mettler. 2006. *A Com-petency-Based Approach to Public Health Nursing Perfor-mance Appraisal.* Public Health Nursing. Vol. 23 No. 2, pp. 115–138 0737-1209/r The Au-thors Journal Compilationr 2006. Blackwell Publishing Inc.

Kessler, Robin.2008. *Competency-Based Performance Reviews : How to Perform Employee Evaluations The Fortune 500 Way*. Terjemahan. Jakarta : PPM

Kim, W. Chan and Renee Mauborgne. 2006. *Blue Ocean Strategy*. Terjemahan. Jakarta : PT. Ikrar Mandiri Abadi

Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: ANDI

Maman Kusman Sulaeman, 1989. *Managerial Fit and The Mea-ning of Working A Compa-rative Study Between Coope-ratives'and Non Cooperatives Managers and A Cross Cul-tural Study Between Indone-sian and Non-Indonesian Managers.* Dissertation, Rijk-suniversiteit Gent. Belgie

Meyer, JP; Stanley, D.J, Her-scovitch, L; Topolnytsky,L. (2002) *"Affective Continuance, and Normatif Commitment to The Organization : a Meta-Analysis of Antecedents, Cor-relates, and Consequences",* Journal of Vocational Beha-vior, Vol.61 pp.20-25

Muchdarsyah Sinungan, 2009, *Pro-duktivitas Apa dan Bagai-mana.* Penerbit PT. Bina Aksara. Jakarta

Noordeen Gangani, Gary N. McLean, and Richard A. Braden. 2006. *A Competency-Based Human Resource Development Strategy*. Per-formance Improvement Quar-terly, 19 (1) pp .127 - 140.

Render, Barry and Heizer, Jay, 2011. Alih Bahasa Sungkono, *Ope-ration Management.* Jakarta: Salemba Empat

Saifuddin Azwar, 2000, *Sikap Manusia : Teori dan Pengu-kurannya,* Edisi ke 2. Yogya-karta : Pustaka Pelajar Offset

Sakamoto, Shigeyasu .2010. *Beyond World-Class Productivity. In-dustrial Engineering Prac-tice and Theory*. London : Springer

Sedarmayanti, 2010. *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja. Suatu Tinjauan dari Aspek Ergo-nomi atau Kaitan Antara Manusia dengan Lingkungan Kerjanya.* Jakarta : CV. Mandar Maju

Spencer, Lyle M. JR., & Signe M. Spencer. 1993. *Competence at Work, Models for Superior Performance*. John Willey & Sons Inc.

Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : CV. Alfabeta

.....2009. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Alfa-beta

THE INFLUENCE OF LEADERSHIP AND INVESTMENT DECISIONS ON SMALL BUSINESS PERFORMANCE ON SMALL BUSINESS AGRO FOOD AND BEVERAGE IN WEST JAVA

Elis Dwiana Ratnamurni[1)]
E-mail : elisdwiana@yahoo.com
[1)]Unjani Cimahi Bandung

ABSTRACT

This study aims to gain findings and models of Leadership Influence, Investment Decisions, and Employee Work Productivity on Small Business Performance of foods and beverages agro-industry. The results of this research are expected to contribute to knowledge in economics, especially in the fields of management and entrepreneurship of small businesses and for the government and small entrepreneurs in Foods and Beverages agro-industry. This research was conducted in West Java with a sample size of 267 small agro-industries of foods and beverages. Respondents in this study were the owners as well as the managers of their own small businesses. Research methods used in this study were verificative and descriptive using quantitative approach. Data collection techniques used inthis study were interviewing respondents and distributing questionnaires. To measure the influence among each research variables, data were analyzed by applying structural equation model (SEM) and processed by using the LISREL program package. The conclusions of this research are as follows: leadership tended to focus on the person or employee orientation, therefore, it focused more attention to the family relations. Investment decisions in terms of operational ability appeared to be low, and therefore, the decision made was not accurate, and business performance was still low. This was reflected in lower sales and earnings gains. Leadership and Investment Decisions significantly and positively influenced Small Business Performance.

Keywords: *Leadership, Investment Decisions, Small Business Performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan dan model Pengaruh Kepemimpinan, Keputusan Investasi, terhadap Kinerja Usaha Kecil agroindustri makanan dan minuman. Hasil Penelitian diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengetahuan di bidang ekonomi khususnya manajemen dan kewirausahaan usaha kecil maupun bagi pemerintah dan para wirausaha kecil agroindustri makanan dan minuman.Penelitian dilakukan di Jawa Barat dengan ukuran sampel 267 usaha

kecil agroindustri makanan dan minuman. Responden dalam penelitian ini adalah para pemilik dan sekaligus pengelola usahanya sendiri. Metode penelitian yang digunakan deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan menyebar kuesioner. Untuk mengukur pengaruh antar variabel penelitian, data dianalisis dengan mengaplikasikan Model Persamaan Struktural (SEM) dan diolah dengan menggunakan paket program Lisrel. Kesimpulan penelitian sebagai berikut: kepemimpinan cenderung lebih mengarah pada orientasi orang atau karyawan, sehingga lebih menitikberatkan perhatian pada hubungan kekeluargaan, keputusan investasi secara operasional kemampuannya masih rendah sehingga keputusan yang diambil masih kurang tepat, dan kinerja usaha masih rendah yang tercermin dalam rendahnya omzet penjualan dan keuntungan yang diperoleh; Kepemimpinan dan Keputusan Investasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kinerja Usaha Kecil.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Keputusan Investasi, Kinerja Usaha kecil.

PENDAHULUAN

Globalisasi perekonomian telah ber-pengaruh pada hampir keseluruhan ak-tivitas bisnis di seluruh penjuru dunia ter-masuk bagi kehidupan bisnis di Indonesia. Fenomena globalisasi yang berinterelasi secara kompleks dan berimplikasi pada sikap serta perilaku pemimpin setiap or-ganisasi dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Berbagai jenis usaha beroperasi secara global dengan skala yang besar dan terus tumbuh. Berbagai bidang dan industri serta sektor perekonomian terus dipacu untuk mendorong laju pertumbuhan dan penyehatan perekonomian Indonesia. Salah satu industri yang diharapkan terus ber-kembang pembangunannya adalah usaha kecil dan menengah (UKM). Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, termasuk di Indonesia. Usaha kecil dan menengah ini juga sangat berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan sangat produktif dalam menghasilkan tenaga kerja baru serta dapat menambah jumlah unit usaha baru yang mendukung pendapatan rumah tangga dari UKM tersebut. Usaha kecil dan menengah memiliki fleksibilitas usaha yang bagus jika dibandingkan dengan usaha yang ber-kapasitas besar. Pemerintah sekarang se-dang menggalakkan program-program untuk peningkatan usaha kecil dan

menengah yang ada di Indonesia serta memberikan perhatian yang khusus kepada UKM tersebut. Usaha kecil dan menengah dalam konteks perekonomian makro me-megang peranan yang sangat penting, tidak dapat dipungkiri usaha kecil dan menengah dapat bertahan dalam kondisi krisis maupun normal. Dalam kondisi krisis, usaha kecil menengah terbukti bertahan dari pengaruh anjloknya nilai rupiah, bahkan menjadi alternatif berusaha bagi buruh yang di PHK. Kondisi normal baik sebelum maupun sesudah krisis UKM menjadi andalan

dalam penyerapan tenaga kerja, dengan besarnya tenaga kerja yang terserap di UKM mencapai 89,41 persen tahun 2005, hal inilah menjadi pijakan pemerintah dalam menyusun kebijakan pemberdayaan UKM. Berbagai kebijakan diarahkan agar UKM sebagai unit ekonomi yang mampu memberi nilai tambah, baik bagi pelaku usaha maupun bagi masyarakat. Pembinaan usaha kecil yang di-arahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha, dalam pengembangannya me-nghadapi beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, keterampilan, keahlian, mana-jemen sumber daya manusia, kewira-usahaan, pemasaran keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial perusahaan, meng-akibatkan perusahaan kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik, hal ini yang mendorong perlunya pimpinan yang dapat mengarahkan bawahannya dalam bekerja untuk selalu produktif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja usaha kecil mengalami fluktuasi dengan adanya peningkatan perekonomian, hal ini mensyaratkan bahwa perusahaan yang mampu meningkatkan kinerjanya akan bertahan dan tumbuh dalam ling-kungan usaha yang kompetitif. Kepe-mimpinan manajer sangat dibutuhkan dalam mengarahkan dan memotivasi karyawan untuk meningkatkan prestasi kerja yang akan berdampak langsung pada pencapaian kinerja perusahaan.

Landasan Teori

Pemimpin dalam organisasi di-hadapkan pada tantangan yang berat akibat kemajuan teknologi, perubahan yang cepat, kebijakan pemerintah yang terbuka, serta kompleksnya masalah ketenagakerjaan. Untuk mengantisipasi hal tersebut dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, dibutuhkan berbagai strategi yang tepat untuk mewujudkan pemimpin yang efektif, yang memiliki kompetensi, komitmen, dan integritas. Untuk dapat menjadi pemimpin yang efektif, seorang pemimpin harus mampu mempengaruhi orang lain dengan berbagai tipe kombinasi kekuasaan agar mau bekerja sesuai dengan tujuan organisasi (Kotter:1992). Kemampuan mempengaruhi ini akan sangat besar dampaknya terhadap organisasi, karena menunjukkan bahwa pemimpin dapat men-jalankan perannya dalam menggerakkan, mengarahkan, dan mengkordinasikan berbagai faktor lainnya dalam organisasi dalam rangka meningkatkan kinerja organisasi.

Menurut Kuncoro (2006) ada empat karakteristik yang dimiliki oleh ke-banyakan UMKM di Indonesia. Pertama, tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan industri kecil dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan yang memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya. Kedua, rendahnya akses terhadap lembaga-lembaga kredit formal sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang, perantara, bahkan rentenir. Ketiga, sebagian besar usaha ini belum

memiliki status badan hukum. Keempat, hampir sepertiga UMKM bergerak pada kelompok usaha makanan, minuman, dan tembakau, barang galian bukan logam, tekstil dan industri kayu, bambu, rotan, rumput, dan sejenisnya termasuk perabot rumah tangga.

Berdasarkan terminologi di atas banyaknya kriteria yang digunakan, ter-lepas dari ukuran secara kuantitatif, pada umumnya perusahaan kecil memiliki ciri-ciri khusus, yaitu manajemen, persyaratan modal dan pengoperasian yang bersifat lokal. Pada usaha kecil, manajer yang mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, dan investor yang mengambil berbagai keputusannya secara mandiri.

Hasil penelitian Goleman (2000:87) pada sebanyak 3.871 manajer perusahaan, berkesimpulan bahwa gaya kepemimpinan dapat berpengaruh pada keberhasilan pe-ningkatan kinerja bawahan. Kepemimpinan yang telah dihasilkan melalui studi dan penelitian pakar kepemimpinan, maka perkembangan gaya kepemimpinan dapat dikelompokkan menjadi dua. Pertama, gaya kepemimpinan klasik seperti: gaya kepemimpinan kontinum, gaya manajerial grid, gaya manajemen likert. Kedua, gaya kepemimpinan modern (situasional), seperti: Fiedler' *contingency, Hersey dan Blanchard's contingency, The Path-Goal theory.*

Keputusan investasi menurut Bastian (2007:78), penggunaan dana untuk modal kerja, investasi peralatan dan untuk pengembangan produk. Investasi untuk modal kerja termasuk ke dalam investasi jangka pendek karena dana yang digunakan untuk diinvestasikan pada aktiva lancar. Keputusan investasi penting karena hasil yang positif akan meningkatkan nilai perusahaan, hal tersebut didukung oleh Adam & Goyal (2003) dalam kerangka *Investment Opportunity Set (IOS)* menambahkan bahwa *investment opportunity* memainkan peran penting di dalam keuangan perusahaan. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi tingkat keuntungan di masa depan. Keuntungan masa depan yang diharapkan dari investasi tidak dapat diperkirakan dengan pasti. Oleh karena itu investasi akan mengandung risiko.

Luthans (2005) mengutip hasil penelitian yang dilakukan oleh Likert tentang hubungan gaya kepemimpinan dan kinerja perusahaan. Likerts membagi tiga variabel dalam menjelaskan hubungan gaya kepemimpinan dengan kinerja perusahaan. Pengambilan keputusan merupakan proses utama dalam mengelola organisasi. Proses pengambilan keputusan pada dasarnya me-rupakan penetapan alternatif pemecahan masalah yang terbaik dari sejumlah alternatif yang ada. Pengambilan keputusan merupakan kunci bagi seorang pemimpin, dimana kegiatan tersebut dilakukan men-cerminkan alternatif tindakan yang terbaik bagi penyelesaian masalah. Apabila ke-putusan yang diambil tepat akan mem-pengaruhi keberhasilan seorang pemimpin dalam upaya mencapai tujuan.

Kegiatan pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk kepe-mimpinan, sehingga

pengambilan kepu-tusan adalah proses mental di mana seorang manajer memperoleh dan meng-gunakan data dengan menanyakan hal lainnya, menggeser jawaban untuk menemukan informasi yang relevan dan menganalisis data, manajer, secara indi-vidual dalam tim, mengatur dan mengawasi informasi, terutama informasi bisnisnya. Beberapa keputusan penting yang harus dibuat pemilik atau manajer mencakup hal-hal yang berkaitan dengan investasi, sumber dana dan perluasan usaha. Se-bagian besar keputusan merupakan bagian dari operasional perusahaan. Akan tetapi semua keputusan yang diambil oleh pemilik atau manajer terlebih dulu harus mempertimbangkan manfaat yang akan diperoleh terhadap biaya yang dikeluarkan. Pada perusahaan kecil semua keputusan yang diambil oleh pemilik atau manajer atas kemauan sendiri, dengan me-manfaatkan sumber daya internal dan eksternal dalam memperoleh keuntungan.

Rumusan Masalah

Penelitian ini mengambil objek penelitian pada Usaha Kecil Agroindustri Makanan dan Minuman. Pertanyaan umum penelitian ini adalah ”bagaimana pengaruh kepemimpinan dan keputusan investasi, terhadap kinerja Usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat.” Sedangkan secara spesifik diajukan per-tanyaan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepemimpinan, keputusan investasi, dan kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat.
2. eberapa besar kepemimpinan dan keputusan investasi berpengaruh ter-hadap kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada identifikasi dan rumusan masalahnya, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan dan model Pengaruh Kepemimpinan, Kepu-tusan Investasi, dan Produktivitas kerja karyawan terhadap kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, meliputi sebagai berikut:

1. enyajikan gambaran secara deskriptif tentang kepemimpinan, keputusan in-vestasi, dan kinerja usaha kecil agro-industri makanan dan minuman di Jawa Barat
2. Memperoleh hasil kajian tentang peng-aruh kepemimpinan dan keputusan in-vestasi terhadap kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat.

METODE ANALISIS

Jika dilihat berdasarkan metodenya, penelitian ini menerapkan metode des-kriptif dan tipe penelitiannya verifikatif. Metode deskriptif, cocok diaplikasikan karena penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan situasi dan kondisi pada masa penelitian dilakukan, sedangkan me-tode verifikatif adalah penelitian yang sifat-nya untuk menguji kebenaran hipotesis ber-dasarkan

data dari lapangan. Secara spesifik metodenya menggunakan metode survai, yaitu penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan kepada orang-orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut kemudian dianalisis secara kritis (Sugiama, 2008:41). Survai dilakukan dengan cara mengumpulkan fakta melalui bertanya kepada orang-orang atau subjek sebagai sumber informasi untuk meng-himpun fakta-fakta yang langsung dari sumber primer mengenai kepemimpinan, keputusan investasi, dan kinerja peru-sahaaan (Cooper dan Schindler, 2003:316).

Penelitian ini mengelaborasi 3 (tiga) variabel laten, ketiga variabel tersebut adalah: (1) Kepemimpinan, (2) Keputusan Investasi, dan (3) Kinerja perusahaan. Jika dilihat berdasarkan kompleksitas hubungan antara variabel-variabel tersebut, secara spesifik adalah:

1. Kepemimpinan, keputusan investasi, dirancang menjadi variabel independen untuk variabel kinerja usaha kecil.
2. Kinerja usaha kecil sebagai variabel dependen dari variabel kepemimpinan dan keputusan investasi.

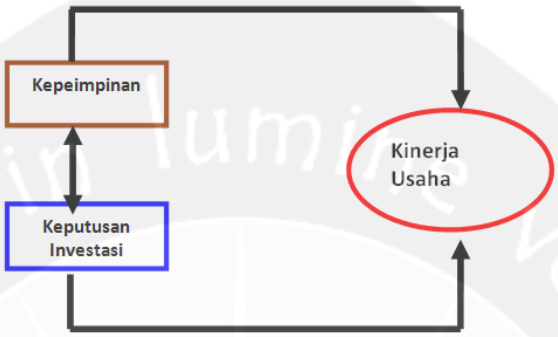
Variabel penelitian di atas diukur menggunakan"kuesioner" dengan jenis teknik pengembangan alat ukur "skala numerik lima", dan dengan berskala ordinal. Kuesioner diberikan kepada pim-pinan yang merangkap pemilik atau pengelola sesuai dengan karakteristik usaha kecil. Alat ukur ter-sebut diuji tingkat validitas dan realibilitasnya melalui *pretest*.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, peneliti menarik sampel dari sebuah populasi yang memberikan kemungkinan atau peluang terhadap semua individu atau seluruh populasi untuk menjadi sampel. *Population target* dalam penelitian ini adalah usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat. Ukuran sampel yang di-perlukan dalam penelitian ini adalah minimal sebesar 255 unit sampel karena jumlah variabel berkisar antara tiga sampai dengan sepuluh variabel, hal ini di-dasarkan oleh pendapat Kelloway, 1998; Marsh *et al*, dalam Achmad Bahrudin & Harapan L. Tobing, (2003:68), namun, dalam penelitian ini akan menggunakan pendapat Hair *et.al*. Menurut Hair *et.al.* proporsi sebanyak 5 dikalikan dengan jumlah indikator (item) dalam penelitian, sehingga didapat nilai pengali proporsi sebagai berikut: 5 x 51 indikator = 255. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *cluster random sampling*. Sampel yang dipilih sebanyak 267 unit usaha kecil agroindustri makanan dan minuman dengan teknik *Two Stage Cluster Sampling.* Daerah yang tingkatannya lebih besar dibagi dalam daerah atau wilayah yang lebih kecil. Sebelum kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data primer, maka terlebih dahulu dilakukan uji coba kuesioner kepada usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di kota Cimahi, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data deskriptif dalam penelitian ini, menggunakan kategori interval. Pada analisis deskriptif ini dilakukan

dengan menganalisis nilai rata-rata, frekuensi, dan median. Sedangkan untuk analisis verifikatif digunakan analisis statistik *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan program *(software) LISREL8.7 (Linear Structural Relationship).*

Berdasarkan paparan di atas, dapat divisualisasikan paradigma sebagaimana Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Pengaruh Kepemimpinan dan Keputusan Investasi, terhadap Kinerja usaha

Berdasarkan paparan di atas, dapat diajukan hipotesis secara spesifik di bawah ini:

1. Kepemimpinan sudah dilaksanakan dengan baik, keputusan investasi sudah tepat, dan kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat, dikategorikan sudah baik.
2. Kepemimpinan dan keputusan Investasi mempengaruhi kinerja usaha.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang tidak terikat pada variabel lain dan mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya variabel lain (variabel dependen). Variabel independen disebut juga variabel bebas, variabel prediktor, variabel stimulus atau variabel antecenden.**Variabel dependen** atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen. Variabel ini disebut juga sebagai variabel akibat karena muncul atau berubah sebagai akibat dari variabel penyebab.

Jika dilihat berdasarkan kompleksitas hubungan antara variabel-variabel tersebut, secara spesifik adalah:

1. **Kepemimpinan**, **Keputusan Investasi**, dirancang menjadi variabel independen untuk variabel kinerja usaha kecil.
2. **Kinerja usaha** kecil dijadikan variabel dependen dari variabel kepemimpinan dan keputusan Investasi.

Berikut ini dipaparkan rincian arti masing-masing variabel di atas yang diorientasikan pada definisi operasional untuk variabel masing-masing:

Kepemimpinan (X_1)

Berkenaan dengan cara-cara yang digunakan oleh pemimpin untuk mempengaruhi bawahannya, dan norma perilaku yang digunakan pada saat

orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain.

Keputusan Investasi (X_2)

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus meng-alokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang dapat menghasilkan ke-untungan di masa datang. Keputusan ini dicerminkan dalam bentuk keputusan alokasi dana untuk modal kerja dan aktiva tetap.

Kinerja Usaha Kecil (Y)

Kinerja keuangan merupakan prestasi keuangan yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu. Variabel ini diukur berdasarkan data kualitatif untuk pernyataan pimpinan dan kategori (skala nominal) untuk penggolongan para responden perusahaan. Adapun data rasio digunakan untuk menggambarkan pen-capaian kinerja keuangan dalam ukuran rupiah. Data ini menjadi data sekunder dan termasuk ke dalam jenis data kuantitatif.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner dan pengumpulan data sekunder dilakukan dalam 4 langkah yaitu *coding*, *editing*, *processing* data, dan selanjutnya menganalisis data. Data penelitian dari kuesioner yang tersebar, sebagai pengukur variabel-variabel penelitian ini, diperoleh nilai skor jawaban dengan tingkat pengu-kuran ordinal.

Analisis deskriptif digunakan untuk men-deskripsikan masing-masing variabel penelitian ini, sehingga akan diperoleh informasi mengenai besar kecilnya pengaruh, serta keeratan hubungan ke-pemimpinan dan keputusan investasi ter-hadap produktivitas kerja dan dampaknya terhadap kinerja usaha. Untuk menentukan besar kecilnya pengaruh masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian yang dikemukakan oleh Husen Umar (2003:224-226), sebagai berikut:

$$Rs = \frac{N(m-1)}{m}, \text{ dimana :}$$

N = Jumlah sampel (dalam penelitian ini 267)

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item (5 alternatif)

Berdasarkan analisis data kuesioner dengan menggunakan rumusan di atas, diperoleh rentang kriteria variabel penelitian ini, yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Kriteria Penilaian Pengaruh Kepemimpinan dan Keputusan Investasi Terhadap Kinerja Usaha.

No	Tingkat Pencapaian	Kategori
1	1075 - 1279	Selalu
2	870 - 1074	Sering
3	665 - 869	Kadang-Kadang
4	460 - 664	Jarang
5	255 - 459	Tidak Pernah

Analisis data deskriptif dalam penelitian ini, menggunakan kategori interval. Pada analisis deskriptif ini dilakukan dengan menganalisis nilai rata-rata, frekuensi, dan median. Sedangkan untuk analisis verifikatif digunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *LISREL (Linear Structural Relationship).* Model persamaan struktural (SEM) ini digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat di antara variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Bentuk hubungan ini dapat dibangun antara satu atau beberapa variabel independen (variabel eksogen) dengan satu atau beberapa variabel dependen (variabel endogen). Masing-masing variabel dapat berbentuk faktor atau *construct* yang dibangun oleh beberapa variabel manifest (indikator).

HASIL ANALISIS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan pada usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat yang berorientasi pada tugas dan karyawan dalam mengelola usahanya lebih menitikberatkan pada hubungan kekeluargaan atau kekerabatan, hal ini diindikasikan dengan adanya hubungan pekerjaan yang dicirikan oleh saling percaya, menghargai gagasan bawahan dan memperhatikan perasaan mereka. Sejauh mana seorang pemimpin menetapkan dan menstruktur perannya dan peran para bawahannya dalam meng-usahakan tercapainya tujuan. (Daft, 1998). Temuan ini sesuai dengan pendapat Meredith (2000: 3) mengemukakan bahwa pengelola usaha berarti memadukan perwatakan pribadi, keuangan dan sumber-sumber daya di dalam lingkungan. Selanjutnya dikemukakan bahwa wirausaha tidak dapat dipisahkan dari ciri-ciri yang dimilikinya dalam mencapai tujuan. Adapun ciri-ciri tersebut dilihat dari watak dan perilakunya, yaitu percaya diri, berorientasi pada hasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan ber-orientasi pada masa depan.

keputusan investasi usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat sudah dilakukan, namun karena keterbatasan pemahaman tentang keputusan investasi tersebut maka keputusan sering dilakukan kurang tepat sehingga berdampak pada risiko usaha yang harus dihadapi.

Kinerja Usaha yang dilaksanakan usaha kecil agroindustri makanan dan minuman Jawa Barat, dalam kinerja non keuangan masih rendah. Hal ini diindikasikan oleh jarangnya melakukan kreasi dan inovasi produk yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki karyawannya serta kurangnya pelatihan yang diikuti sehingga keterampilan yang dimiliki rendah. Demikian pula untuk kinerja keuangannya masih kecil, hal ini ditunjukkan oleh masih rendahnya hasil penjualan dan keuntungan yang diperoleh usaha kecil, yang disebabkan karena keterbatasan modal yang dimiliki sehingga peluang untuk mendapatkan keuntunganpun kecil dan adanya keterbatasan melakukan pemasaran produknya. kinerja usaha yang dilaksanakan usaha kecil makanan dan minuman agroindustri Jawa Barat,dalam hal kinerja keuangan masih rendah, sehingga pengusaha harus lebih belajar lagi untuk bisa memahami pentingnya peranan keuangan dalam meningkatkan kinerja usaha baik dengan meningkatkan penjualannya, keuntungan, serta nilai assetnya.

Hasil perhitungan statistik dengan menggunakan program Lisrel untuk menguji hipotesis kedua tentang pengaruh kepemimpinan dan keputusan investasi terhadap kinerja usaha baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja usaha. Hasil perhitungan secara statistik menunjukkan besarnya pengaruh secara individual kepemimpinan dan keputusan investasi masing-msing sebesar 34 persen dan 63 persen, secara simultan memperlihatkan bahwa kepemimpinan dan keputusan investasi mampu mempengaruhi kinerja usaha sebesar 79 persen sedangkan sisanya 21 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel kepemimpinan dan keputusan investasi seperti terlihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Pengaruh Variabel Laten Eksogen Kepemimpinan dan Keputusan Investasi Terhadap Variabel Laten Endogen Kinerja Usaha.

Variabel Laten	Pengaruh		Total
Eksogen	Langsung	Tidak langsung	
KP	0.34	-	0.34
INV	0.63	-	0.63

Secara simultan, besarnya pengaruh variabel kepemimpinan, dan keputusan investasi terhadap kinerja usaha adalah sebesar 79 persen, sedangkan sisanya 21 persen disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang diduga dari faktor internal pengusaha, faktor eksternal yaitu peran pemerintah dan pesaing.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa kepemimpinan, dan keputusan investasi merupakan faktor penting di dalam menentukan tinggi rendahnya kinerja usaha kecil makanan dan minuman agroindustri

di Provinsi Jawa Barat. Relatif tingginya pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap kinerja usaha kecil, karena variabel kepemimpinan, dan keputusan investasi merupakan faktor-faktor yang melekat pada individu manusia yang memiliki kaitan erat dengan pembentukan kinerja usaha kecil yang ditunjukkan dengan nilai korelasi statistik antara variabel tersebut. Keputusan investasi berkaitan dengan berbagai aktivitas menginvestasikan dana pada aset riil, maupun aset finansial, merupakan aktivitas investasi yang umum dilakukan. Keputusan pendanaan berhubungan dengan penentuan bauran pendanaan (*financing mix*) dan struktur modal yang terbaik. Kinerja keuangan merupakan prestasi keuangan yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu. Indikator keuangan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengukuran kinerja keuangan perusahaan bergantung pada posisi perusahaan di daur hidup bisnisnya (*business life cycle*).

Dalam studi kewirausahaan di sektor informal, Morris, Pitt, dan Berthon (1996) tidak sekedar menggunakan kondisi bisnis saat ini sebagai indikator kinerja usaha, tetapi juga prediksi kondisi usaha di masa mendatang. Mengukur kinerja saat ini mereka menggunakan indikator jumlah karyawan, turnover bulanan, dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Sedangkan kinerja kedepan sebagai prediksi kinerja wirausaha di masa depan meliputi keadaan bisnis tiga tahun kedepan, kesempatan bisnis baru di masa depan, niat untuk mencari tambahan pembiayaan bisnis, serta berhenti berbisnis jika mendapat pekerjaan tetap.

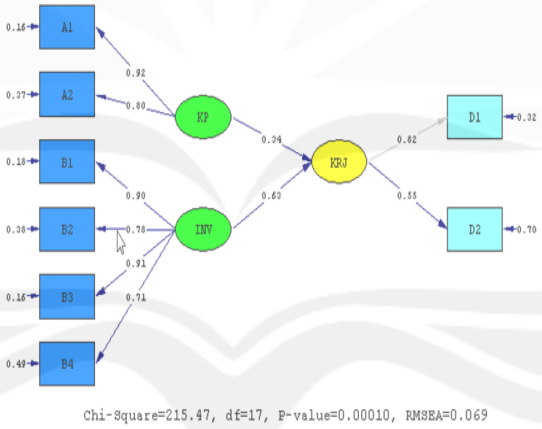
Dalam menjelaskan bagaimana proses pencapaian tujuan di bisnis wirausaha kecil, Glancey dan Pettigrew (1977) membangun model konseptual. Model tersebut menunjukkan bahwa pencapaian tujuan organisasi yang merupakan kinerja suatu bisnis dipengaruhi oleh karakteristik wirausaha, lingkungan dimana usaha berada, praktek manajemen, serta kinerja keuangan bisnis. Model tersebut menjelaskan bahwa kinerja keuangan suatu bisnis bukan merupakan tujuan tetapi sebagai alat untuk mencapai tujuan. Hal tersebut, sesuai dengan pendapat Osborne (1995) bahwa esensi dari keberhasilan usaha ditentukan oleh strategi dan kreativitas yang digunakan terhadap lingkungan bisnisnya. Model tersebut juga menunjukkan bahwa dari unsur karakteristik usaha merupakan suatu unsur yang sangat menentukan tercapainya tujuan. Hal ini dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh seorang pengusaha secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan uraian dari pendapat tersebut di atas dapat dikaji bahwa keberhasilan usaha dapat diukur dari kinerja kondisi saat ini maupun kinerjanya di masa depan. Kinerja saat ini diukur dengan pencapaian-pencapaian indikator bisnis dilihat dari jumlah karyawan, turnover bulanan, maupun jumlah investasi yang dilakukan. Pengembangan di masa datang merupakan potensi kinerja di masa depan, yaitu seberapa berhasilnya suatu usaha di masa depan.

Keputusan mencakup berbagai pilihan yang harus dilakukan oleh seorang manajer. Keputusan yang dibuat oleh seorang manajer berbeda, yang disebabkan perbedaan kemampuan dalam menangkap dan memproses informasi. Manajer adalah pemimpin dalam perusahaan. Aspek kepemimpinan oleh manajer sebagai aspek yang menarik untuk diteliti terutama yang berkaitan dengan produktivitas kerja karyawan sebagai upaya untuk mencapai efektivitas organisasi (perusahaan) yang salah satu ukurannya adalah meningkatnya kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan uji hipotesis dan pendapat peneliti sebelumnya dapat dijelaskan bahwa kepemimpinan dan keputusan investasi secara bersama-sama menentukan baik atau buruknya kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat. Hal ini berarti kedua variabel tersebut sangat penting peranannya dalam menentukan kinerja usaha kecil. Hasil uji statistik ini sesuai dengan ekspektasi peneliti, bahwa kepemimpinan dan keputusan investasi secara simultan berpengaruh terhadap baik dan buruknya kinerja usaha kecil.

Hasil pengujian secara parsial membuktikan adanya pengaruh yang signifikan secara positif antara variabel kepemimpinan terhadap kinerja usaha kecil, dengan besarnya pengaruh sebesar 32,74 persen. Hasil pengujian ini mengandung arti bahwa pada Gambar 2.



Gambar 2. Pengaruh Kepemimpinan dan Keputusan Investasi terhadap Kinerja Usaha Kecil.

Pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa kepemimpinan, dan keputusan investasi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha kecil, dengan besarnya pengaruh sebesar 79 persen, sedangkan sisanya sebesar 21 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti diduga faktor internal seperti pengusaha, faktor eksternal seperti peran serta pemerintah dan pesaing. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa kepemimpinan, dan keputusan investasi merupakan faktor penting di dalam menentukan tinggi

rendahnya kinerja usaha kecil makanan dan minuman agroindustri di Provinsi Jawa Barat. Relatif tingginya pengaruh kedua variabel tersebut secara si-multan terhadap kinerja usaha kecil, karena variabel kepemimpinan, dan keputusan investasi merupakan faktor-faktor yang melekat pada individu manusia yang memiliki kaitan erat dengan pembentukan kinerja usaha kecil yang ditunjukkan dengan nilai korelasi statistik antara variabel tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kepemimpinan yang terjadi pada usaha kecil lebih berorientasi pada orang atau karyawan, hal ini tercermin dari hubungan yang bersifat kekeluargaan atau kekerabatan. Pengusaha kecil makanan dan minuman agroindustri di Jawa Barat memiliki keinginan untuk melakukan investasi, tetapi pada saat dioperasionalkan kemampuannya rendah untuk bisa mengambil keputusan dengan tepat. kinerja usaha kecil masih rendah yang tercermin dari hasil penjualan dan keuntungan yang diperoleh usaha kecil masih rendah.

2.Kepemimpinan dan Keputusan Investasi berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil, hal ini berarti bahwa ke-pemimpinan yang dilaksanakan dengan baik dan keputusan investasi yang tepat secara bersama-sama dapat me-ningkatkan kinerja usaha kecil agro-industri makanan dan minuman di Jawa Barat. Kualitas kepemimpinan yang berorientasi strategis dapat memberikan motivasi bagi karyawannya dan ke-putusan investasi yang disertai dengan pengetahuan dan pemahaman yang cukup sebagai dasar dalam menentukan keputusan yang akurat, berindikasi dapat mempengaruhi kinerja usaha kecil. Dengan demikian hal tersebut diharapkan dapat menjadi pendorong bagi usaha kecil dalam meningkatkan kinerja usahanya.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka diajukan beberapa saran yaitu:

1. Kepemimpinan pada usaha kecil sebaiknya tidak hanya menitik beratkan pada orientasi orang atau karyawan tetapi memperhatikan pula pada orien-tasi tugas. Sehingga terjadi ke-seimbangan dalam melakukan pekerjaaan. Perlu diperhatikan pula hu-bungan antara karyawan dengan pim-pinan yang tercermin dari adanya kerja sama dalam meningkatkan pro-duktivitas melalui adanya pengawasan kualitas produk, menetapkan standar kerja, menerapkan manajemen yang baik, efisiensi sumber daya dan sistem kerja, mengorganisir pekerjaan dan tugas secara jelas dan memberikan pelatihan untuk menambah keterampilan dan pengetahuan bagi karyawannya. Tetapi tetap mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik,. sehingga kinerja juga dapat ditingkatkan melalui penye-imbangan kebutuhan untuk bekerja dan memelihara moral karyawan pada tingkat yang memuaskan.

2.Pengusaha kecil dalam meng-aplikasikan keputusan investasinya mes-kipun memiliki kemauan yang kuat tetapi masih lemah dalam meng-operasionalkannya, maka sebaiknya

me-nambah pemahaman tentang hal-hal yang berhubungan dengan keputusan investasi tersebut sehingga dengan pe-ngetahuan yang dimiliki pengusaha akan dapat meningkatkan keakuratan dalam mengambil keputusan investasinya. Se-hingga pengambilan keputusan in-vestasi yang dilakukan dapat mengarah kepada keputusan yang tepat dan akhirnya dapat mempengaruhi pe-ningkatan kinerja usahanya.

3.Berdasarkan hasil pembahasan nampaknya para pengusaha masih lemah untuk pemahaman istilah-istilah ke-uangan, sehingga diperlukan seringnya diberikan pelatihan-pelatihan yang ber-hubungan dengan keuangan. Apalagi hubungannya dengan keuangan ini sangat dibutuhkan untuk kepentingan pengajuan dana pinjaman permodalan, hal ini juga didasarkan hasil survai bahwa usaha kecil dominan meng-gunakan modal sendiri sehingga memiliki keterbatasan dalam men-dapatkan peluang keuntungan yang lebih besar, hal ini disarankan sebagai bahan kebijakan pada instansi yang terkait yang berhubungan dengan masalah keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, Tim and Goyal Vidham K, 2003. *The Investment Opportunity Set and its Proxy Variables: Theory and Evidence*, Hongkong University of Science and Technology.

As-Sadeq, Hasan A, & Grace C. Khoury, 2006, Leadership styles in the Palestinian large-scale industrial enterprises, *Journal of Management Development*, Volume**:** 25 Issue**:** 9 Page**:** 832 – 849.

Ahmad Bachrudin & Harapan L. Tobing, 2003. *Analisis Data Untuk Penelitian Survei Dengan Menggunakan Lisrel & Dilengkapi Contoh Kasus*, Jurusan Statistika, FMIPA-Unpad, Bandung.

Bastian Bustami dkk, 2007, *Mari membangun Usaha Mandiri Pedoman Praktis Bagi UKM, Graha Ilmu*, Yogyakarta.

Bass, D.I. Jung, B.J Avolio & Y. Barson. 2003. Predicting Unit Performance by Assessing Transformational and Transactional Leadership. *Journal Of Applied Psycology*. Vol 88. No 2. 207-218.

Carey, John and Carey Dimmitt, 2004, Leadership *Counseling Leadership Academy Journal*. University of Massachusetts.

Cooper, Donald R and Schindler, Pamela S, 2003, *Business Research Methods*, Eighth Edition, Mc-Graw Hill.

Daft, Richard L, 1998, *Organization Theory and Design*, 6th Edition, South Western College Publishing, USA

Fernald, Lloyd W, George T. Solomon. and Ayman Tarabishy, *A New Paradigm: Entrepreneurial Leadership*, Southern Business Review, Spring 2005.

Fischer, J.G., 1998. Contingency

Theory, Management Control System and Firm Outcomes: Past Result and Future Direction, *Behavioral Research in Accounting*. Vol . 10; 47-64.

Gallimore, Paul, J.Andrew Hansz, and Adelaide Gray, 2000, Decision Making in Small Property Companies, *Journal of Property Investment & Finance*, volume 18, page 602-612.

Ghozali, Imam, Fuad, 2005, *Struktural Equation Modelling, Teori, konsep dan Aplikasi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Glancey, Keith dan Malcolm, Pettigrew, 1997, Entrepreneurship in The Hotel Sector, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.9. No.1. pp. 21-24.

Gibson, Ivancevich, Donnelly, Konopaske, 2003, *Organization: Behavior, Structure, Processess*, Eleventh Edition, The McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the America, New York, NY, 10020.

Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, and Shepherd, Dean A, 2005, *Entrepreneurship*, Sixth Edition, McGraw-Hill.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L dan Black, W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey, Prantice Hall.

Husein Umar, 2008. *Desain penelitian MSDM dan perilaku karyawan: paradigma positivistik dan berbasis pemecahan masalah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Joseph E. Errol, and Bruce E. Winston. 2005. A Correlation of Servant Leadership, Leader Trust, Organizational Trust, *Leadership and Organizational Development Journal*. Volume 26. Number 1. pp.6-22.

Kuncoro, Mudrajat, 2006. *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?* Erlangga, Jakarta.

Kuncoro Mudrajat, 2005. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?.Erlangga

Kuncoro, Mudrajat; 2003, *Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan*; Jurnal Ekonomi & Kewirausahaan; Volume II No.1 2003; ISEI Bandung

Kotter, J.P. and Heskett, J.L.. 1992. *Corporate Culture and Performance*. New York : The Free Press A Division Simon & Schuster Inc.

Kamal, Kamal & Steven H. Appelbaum:, 2000, An analysis of the utilization and effectiveness of non-financial incentives in small business, *Journal of Management Developmen*t, Volume: 19 Issue: 9 Page: 733 – 763.

Kao, Peng-Hsiang, Hsin Kao, 2007, Taiwanese Executive's Leadership Styles and Their

Preferred Decisin Making Models used in Mainland China, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge.

Kaplan, R. and Cooper, R.,1998, *Cost & Effect – Using Integrated Cost Systems to Drive Profitability and Performance*, Harvard Business School Press, Boston, MA.

Kaplan, Robert S, and Norton, David T, 1996, *Translating Strategy Into Action The Balanced Scorecard*, Harvard Business School Press Boston. Massachusetts.

Luthans, Fred, 2005**,** *Organizational Behavior*, International Edition, The McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the America, New York, NY, 10020

Meredith, Geoffrey G, 2000, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, PT Pustaka Binaman Pressindo

Morris, Michael; Leyland, Pitt; dan Berthon, Pierre, 1996, Entrepreneurial Activity in The Third world Informal Sector, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 2 No. 1. pp 59-76.

Osborne, Richard, 1995, *The Essence of Entrepreneurial Success*. *Management Decision*, Vol.. 33. No.7. pp 4-9

Sugiama, A Gima 2008, *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*, Edisi Pertama, Guardaya Intimarta, Bandung.

Werther, William B dan Keith Davis, 1996, *Human Resources and Personnel Management*, Mc Graw Hill Boston.

Winardi, 2005, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Cetakan kedua, Prenada Media, Indonesia.

Zeithaml, Valarie A., and Bitner, Mary Jo., 1996. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc. New York.

Zimmerer, Thomas W and Scarborough, Norman M, 2000, *Effective Small Business Management An Entrepreneurial Approac*h, Sixth Edition, Prentice Hall International, Inc.

ANALYSIS OF THE TURNOVER INTENTIONS

Havid Sularso[1)]
Atiek Sri Purwati[1)]
Miranti Wulandari[1)]
Email : hvd1208@gmail.com
[1)]Economics Faculty of Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

The performance of a company is determined by the condition and behavior of the employee-owned company. The phenomenon that often happens is that the performance of a company that has been so good can be destroyed, either directly or indirectly, by a variety of employee behavior that is difficult to prevent the occurrence. One form of employee behavior is a desire to move (turnover intentions) that led to the employee's decision to leave his job.

The high level of turnover in the company, the more cause various potential costs, both the cost of the training that has been invested in employees, the level of performance that must be sacrificed, as well as recruitment and retraining costs (Suwandi and Indriantoro, 1999 in Toly, 2001).

In some cases, turnover is required by the company, especially for employees with low performance (Hollenbeck and Williams 1986), but the turnover rate should be aligned to be not so high that the company still has the opportunity to benefit or advantage to the enhanced performance of the new employee greater than the costs incurred recruitment organization.

This study aims to analyze the factors that influence turnover intentions. Under the proposed framework, the following hypotheses: Job satisfaction, organizational commitment, role conflict and job insecurity simultaneously and partially significant effect on turnover intentions.

The results of this study indicate that job satisfaction, organizational commitment, role conflict, job insecurity and significant effect on turnover intentions and job satisfaction is a variable dominant influence turnover intentions.

Keywords: *Job satisfaction, turnover intentions, role conflict and job insecurity.*

ABSTRAK

Kinerja suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kondisi dan perilaku karyawan yang dimiliki perusahaan tersebut. Fenomena yang seringkali terjadi adalah kinerja suatu perusahaan yang telah demikian bagus dapat dirusak, baik secara langsung maupun tidak, oleh berbagai perilaku karyawan yang sulit dicegah terjadinya. Salah satu bentuk perilaku karyawan tersebut adalah keinginan berpindah (*turnover intentions*) yang berujung pada keputusan karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya.

Tingginya tingkat *turnover* pada perusahaan, akan semakin banyak menimbulkan berbagai potensi biaya, baik itu biaya pelatihan yang sudah diinvestasikan pada karyawan, tingkat kinerja yang mesti dikorbankan, maupun biaya rekrutmen dan pelatihan kembali (Suwandi dan Indriantoro, 1999 dalam Toly, 2001).

Dalam beberapa kasus tertentu, *turnover* memang diperlukan oleh perusahaan terutama terhadap karyawan dengan kinerja rendah (Hollenbeck dan Williams 1986), namun tingkat *turnover* tersebut harus diupayakan agar tidak terlalu tinggi sehingga perusahaan masih memiliki kesempatan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan atas peningkatan kinerja dari karyawan baru yang lebih besar dibanding biaya rekruitmen yang ditanggung organisasi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *turnover intentions.* Berdasarkan kerangka pemikiran maka diajukan hipotesis sebagai berikut:
Kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran dan *job insecurity* secara simultan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran, dan *job insecurity* berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions* dan kepuasan kerja merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap *turnover intentions*.

Kata kunci : Kepuasan kerja, keinginan berpindah, konflik peran dan job insecurity.

PENDAHULUAN

Kinerja suatu perusahaan sangat ditentukan oleh jumlah dan kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan. Fenomena yang seringkali terjadi adalah kinerja perusahaan yang telah demikian bagus dapat dirusak, baik secara langsung maupun tidak, oleh berbagai perilaku karyawan yang sulit dicegah terjadinya. Salah satu bentuk perilaku karyawan yang mengganggu kinerja perusahaan adalah keinginan berpindah (*turnover intentions*) yang berujung

pada keputusan karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya. Dengan tingginya tingkat *turnover* pada perusahaan, akan semakin banyak menimbulkan berbagai potensi biaya, baik itu biaya pelatihan yang sudah diinvestasikan pada karyawan, tingkat kinerja yang mesti dikorbankan, maupun biaya rekrutmen dan pelatihan kembali (Toly, 2001).

Dalam beberapa kasus tertentu, *turnover* memang diperlukan oleh perusahaan terutama terhadap karyawan dengan kinerja rendah (Hollenbeck dan Williams 1986), namun tingkat *turnover* tersebut harus diupayakan agar tidak terlalu tinggi sehingga perusahaan masih memiliki kesempatan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan atas peningkatan kinerja dari karyawan baru yang lebih besar dibanding biaya rekruitmen yang ditanggung organisasi

Adapun tujuan dari enelitian ini adalah mengetahui pengaruh secara simultan maupun secara arsial kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran, dan *job insecurity* terhadap *turnover intentions,* dan mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap *turnover intentions.*

METODE PENELITIAN.

1. Sasaran Penelitian

Sasaran penelitian adalah staf auditor internal.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bank pemerintah di Kabupaten Banyumas.

3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer, data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan dengan menggunakan kuisioner, yaitu dengan mengajukan daftar pertanyaan terstruktur kepada staf auditor internal.

5. Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini populasi adalah auditor internal yang bekerja pada bank pemerintah di Kabupaten Banyumas yang berjumlah 17 orang. Mengingat jumlah populasi yang tidak besar maka seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian (sampel jenuh).

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Model regresi yang digunakan yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_{3+} \beta_4 x_4 + e$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Bank Pemerintah di Kabupaten Banyumas, yakni BRI, BNI, Bank Mandiri, dan BTN. Berdasarkan pertimbangan jumlah populasi yang sedikit, maka seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian sehinga jumlah kuisioner yang diolah berjumlah 17, dan semuanya diisi dengan lengkap, sehingga *respon rate* dalam penelitian ini sebesar 100%.

Tabel 1
Distribusi Kuisioner

Responden	Populasi	Tidak Dapat Diolah	Dapat Diolah	Persentase
BNI	4	0	4	100%
BRI	7	0	7	100%
Bank Mandiri	4	0	4	100%
BTN	2	0	2	100%
Jumlah	17	0	17	100%

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	9	52,94%
Laki-laki	8	47,06%
Jumlah	17	100,00%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa 52,94% responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 9 orang dan 47,06 responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 8 responden.

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Frekuensi	Persentase
< 30	2	11,76%
30 – 35	4	23,53
36 – 40	2	11,76%
> 40	9	52,95
Jumlah	17	100%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia lebih 40 tahun yaitu sebanyak 9 orang atau 52,95 %, 2 orang responden atau 11,76% berusia lebih dari 36 - 40 tahun, 4 orang responden atau 23,53 % berusia 30 – 35 tahun, sisanya 2 orang responden atau 11,76% berusia kurang dari 30 tahun.

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persen
SA	9	52,94%
SE	6	35,29%
Lainnya	2	11,76%
Jumlah	17	100%

Sumber: Data primer diolah.

Pendidikan responden dalam penelitian ini sebagian besar Sarjana Akuntansi, yaitu 52,94% atau 9 orang, sedangkan 35,29% atau 6 orang berpendidikan terakhir Sarjana Ekonomi selain Akuntansi, 11,76% dan 11,76% atau 2 orang berpendidikan lainnya.

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Lama Kerja	Jumlah	Persen
≤ 3 tahun	1	5,88%
> 3 tahun	16	94,12%
Jumlah	17	100%

Sumber: Data primer diolah

Sebagian besar responden dalam penelitian ini, yaitu 94,12% atau 16 orang telah bekerja selama lebih dari tiga tahun dan 1 responden atau 5,88% telah bekerja dengan masa kurang dari sama dengan tiga tahun.

Tabel 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Lama Waktu Penempatan

Lama Kerja	Jumlah	Persen
≤ 3 tahun	8	47,59%
> 3 tahun	9	52,41%
Jumlah	17	100%

Sumber: Data primer diolah

Sebagian besar responden dalam penelitian ini, yaitu 47,59% atau 8 orang mengalami perpindahan dari satu kantor cabang ke kantor cabang lainnya dalam waktu sekitar tiga tahun sedangkan 9 orang atau 52,41% mengalami perpindahan dalam waktu lebih dari 3 tahun.

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Tabel 7
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Kerja (X_1)

No	Kepuasan Kerja (X_1)	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Puas	5	21	61,76
2	Puas	4	12	35,30
3	Netral	3	1	2,94
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			34	100

Sumber: Data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (97,06%) merasa puas dengan pekerjaannya dan 2,94% responden netral.

Tabel 8
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Komitmen Organisasi (X_2)

No	Komitmen Organisai (X_2)	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Komit	5	39	32,77
2	Komit	4	40	33,62
3	Netral	3	19	15,97
4	Tidak Komit	2	18	15,13
5	Sangat Tidak Komit	1	3	2,51
Jumlah			119	100

Sumber: Data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (66,39%) memiliki komitmen terhadap organisasi, 17,64% responden tidak berkomitmen terhadap organisasi, dan 15,97% responden netral.

Tabel 9
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Konflik Peran (X_3)

No	Konflik Peran (X_3)	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	5	7	5,15
2	Setuju	4	29	21,32
3	Netral	3	34	25
4	Tidak Setuju	2	45	33,09
5	Sangat Tidak Setuju	1	21	15,44
Jumlah			136	100

Sumber: Data primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa 26,47% responden menyatakan ada konflik peran dalam pekerjaannya, 48,53% responden menyatakan tidak ada konflik peran dalam pekerjaannya, dan 25% responden netral.

Tabel 10
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel *Job Insecurity* (X_4)

No	*Job Insecurity* (X_4)	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	5	246	46,68
2	Setuju	4	214	40,61
3	Netral	3	41	7,78
4	Tidak Setuju	2	20	3,8
5	Sangat Tidak Setuju	1	6	1,13
Jumlah			527	100

Sumber: Data primer diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (87,29%) menyatakan adanya *job insecurity* dalam pekerjaannya, untuk itu penting untuk mengetahui setiap perubahan yang terjadi akibat *job insecurity* tersebut, dan pentingnya kemampuan responden untuk mengatasi *job insecurity* yang terjadi, 4,93% responden menyatakan tidak terdapat *job insecurity*, dan 7,78% responden netral.

Tabel 11
Distribusi jawaban responden terhadap variabel *turnover intentions* (Y)

No	*Turnover Intentions* (Y)	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	5	3	5,88
2	Setuju	4	6	11,76
3	Netral	3	13	25,49
4	Tidak Setuju	2	12	23,53
5	Sangat Tidak Setuju	1	17	33,34
Jumlah			51	100

Sumber: Data primer diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa 17,64% responden berkeinginan untuk meninggalkan organisasi, 56,87% responden tidak berkeinginan untuk meninggalkan organisasi, dan 25,49% responden netral.

2. Uji Validitas

Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson*. Uji validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian, benar-benar dapat mengungkapkan variabel yang diteliti. Analisis validitas kuesioner meliputi Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, Konflik Peran, *Job Insecurity* dan *Turnover Intentions*. Kriteria pengujian adalah dengan membandingkan nilai korelasi *Product Moment* dengan nilai kritik r_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95 persen atau α = 0,05. Hasil uji validitas untuk semua item valid.

3. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas kuesioner atau pertanyaan digunakan rumus *Cronbach Alpha*. Suatu kuesioner penelitian dikatakan reliabel apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel}. Analisis reliabilitas kuesioner meliputi variabel Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, Konflik Peran, *Job Insecurity*, dan *Turnover Intentions*. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini:

Tabel 13
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kepuasan Kerja	0,757	0,482	Reliabel
Komitmen Organisasi	0,712	0,482	Reliabel
Konflik Peran	0,575	0,482	Reliabel
Job Insecurity	0,754	0,482	Reliabel
Turnover Intentions	0,744	0,482	Reliabel

Sumber: hasil jawaban responden

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui residual yang diteliti terdistribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2005). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan program *SPSS 11 for Windows* (Lampiran 7). Rangkuman hasil dari pengujian ini dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini:

Tabel 14
Hasil Pengujian Normalitas

No	Variabel	Uji Normalitas	*Sign*	Keterangan
1	*Unstandardized Residual*	0,537	0,936	Normal

Sumber: hasil analisis data.

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui hasil uji normalitas semua variabel berdistribusi normal yaitu nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan semua variabel berdistribusi normal.

b. Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual

satu pengamatan ke pengamatan lain. Gejala heterokedastisitas dapat diuji dengan metode *Park Gleyser* dengan bantuan *SPSS 11 for Windows* (Lampiran 7) seperti terlihat pada tabel 15 berikut ini:

Tabel 15
Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Model	*T*	*Sig.*
Kepuasan Kerja	1,336	0,206
Komitmen Organisasi	-1,519	0,155
Konflik Peran	0,513	0,617
Job Insecurity	-1,700	0,115

Sumber: hasil jawaban responden

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *sig.* dari tiap variabel lebih besar dari nilai *alpha* 0,05. Dengan demikian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regeresi ini.

c. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regeresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Gejala multikolineritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan bantuan *SPSS 11 for Windows* (Lampiran 7). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat di tabel 16.

Tabel 16
Hasil Pengujian Multikolinearitas

No	Variabel	*Collinearity Statistics*	
		Tolerance	*VIF*
1	Kepuasan Kerja	0,790	1,267
2	Komitmen Organisasi	0,826	1,210
3	*Konflik Peran*	0,947	1,056
4	*Job Insecurity*	0,912	1,096

Sumber: hasil jawaban responden

Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat bahwa nilai *VIF* pada masing-masing variabel bernilai tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1. Sehingga semua variabel bebas dari gejala multikolinieritas.

d. Linearitas

Pengujian linearitas bertujuan mengetahui model yang digunakan merupakan model linier atau tidak. Pengujian liniearitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatterplot*. Asumsi linieritas terpenuhi jika plot antara residual standar dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk pola, selain itu pengujian linearitas dapat dilakukan dengan *MWD test*. Suatu model dikatakan Suatu model dikatakan linear jika t_{hitung} untuk variabel Z1 < t_{tabel}, Sig. Z1 ≥ α (Suliyanto, 2005).

Hasil uji linearitas dengan menggunakan *Scatterplot* menunjukkan antara residual standar

dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk pola (acak) dengan demikian dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi telah mengikuti fungsi linear dan model regresi layak digunakan.

Tabel 17
Hasil Pengujian Liniearitas

No	Variabel	T	Sign	Keterangan
1	Z1	1,325	0,212	Linier

Hasil pengujian pada tabel menunjukkan bahwa *sig. > alpha* dengan *alpha* 0,05. Dengan demikian model ini berbentuk linier

5. Uji Hipotesis

Setelah melalui uji asumsi klasik hasil penelitian selanjutnya diolah dengan regresi linier berganda untuk menentukan arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dan kemudian diuji dengan uji F, uji t, dan uji elastisitas untuk menguji hipotesis.

a. Persamaan Regresi

Dari hasil jawaban responden diperoleh persamaan regeresi sebagai berikut:

Tabel 18
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	**Koefisien**	t_{hitung}	**Sig.**
Konstanta	-13,241	-4,136	0,001
Kepuasan Kerja	0,820	4,114	0,001
Komitmen Organisasi	0,161	2,322	0,039
Konflik Peran	0,219	3,083	0,009
Job Insecurity	0,09231	3,093	0,009
	$R^2 = 0,848$	F_{hitung} =	16,744

Sumber: hasil jawaban responden

Dari tabel 18 di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$Y = -13,241 + 0,820\ X_1 + 0,161\ X_2 + 0,219\ X_3 + 0,09231\ X_4$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa:

1) Nilai konstanta sebesar -13,241 berarti jika kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran, dan *job insecurity ceteris paribus* maka *turnover intentions* bernilai -13,241

2) Koefisien X_1 sebesar 0,820 berarti variabel kepuasan kerja mempunyai hubungan positif dengan variabel *turnover intentions* dan berpengaruh signifikan sebesar 0,820.

3) Koefisien X_2 sebesar 0,161 berarti variabel komitmen organisasi mempunyai hubungan positif dengan variabel *turnover intentions* dan berpengaruh signifikan sebesar 0,161.

4) Koefisien X_3 sebesar 0,219 berarti variabel konflik peran mempunyai hubungan positif dengan variabel

turnover intentions dan berpengaruh signifikan sebesar 0,219.

5) Koefisien X_4 sebesar 0,09231 berarti variabel *job insecurity* mempunyai hubungan positif dengan variabel *turnover intentions* dan berpengaruh signifikan sebesar 0,09231.

6) Nilai R^2 sebesar 0,848 berarti *turnover intentions* dapat diterangkan oleh kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran, dan *job insecurity* sebesar 84,48% sedangkan sisanya (15,52%) diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian regresi memberikan hasil yang berbeda dengan teori yang dikemukan oleh Harrell et al (1986) dalam Tiamiyu dan Disner (2009) dan hasil penelitian Melyana (2008) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan berkebalikan antara kepuasan kerja dan *turnover intentions* yaitu semakin tinggi kepuasan kerja maka akan berpengaruh terhadap semakin menurunnya *turnover intentions* dan hasil penelitian Zain dan Setiawan (2009) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara komitmen organisasi dan intensi keluar hal ini mungkin disebabkan karena karakteristik individu, di mana invididu *extrovert* cenderung menyenangi hal baru, tantangan cenderung mudah bosan, dan cenderung untuk selalu pindah kerja, karena mereka menyukai pekerjaan yang selalu bervariasi (Eysenck, 1965 dalam Maghfiroh, 2001)

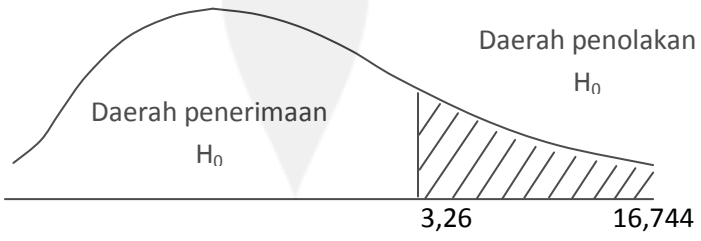
b. Pengujian Hipotesis

1) Pengujian Hipotesis 1

Pengujian pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan Uji F *(Anova)*. Kriteria pengujian: Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_α ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_α diterima.

Dari hasil perhitungan dengan tingkat keyakinan sebesar 95 persen atau α = 0,05 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,26, sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 16,744 dengan sig.≤0,05. Dalam kurva dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :

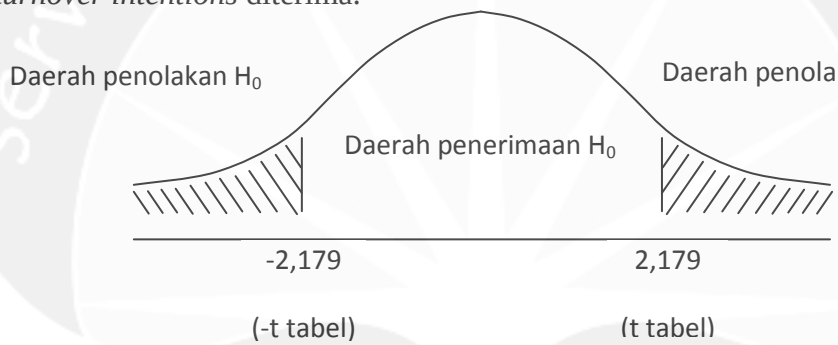


Gambar 3. Kurva uji *F*

Hal tersebut menunjukan bahwa nilai F_{hitung} > nilai F_{tabel} atau berada pada daerah penolakan H_0. Maka variabel kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik keran dan *job insecurity* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *turnover intentions* pada auditor internal Bank Pemerintah di Kabupaten Banyumas. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran dan *job insecurity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions* diterima.

2) Pengujian Hipotesis 2

Pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dilakukan dengan Uji t. Hasil analisis dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 95% dan *degree of freedom* (n-k), diketahui nilai t_{tabel} sebesar 2,179. Kriteria pengujian:
Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_α ditolak
Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_α diterima.



Gambar 4. Kurva uji *t*

Berdasarkan tabel 18 diketahui nilai t_{hitung} sebesar 4,114. Dengan menggunakan α = 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,179. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} > nilai t_{tabel} dengan sig. 0,001 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan kerja secara parsial berpengaruh paling signifikan terhadap variabel *turnover intentions*. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepuasan kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions*, diterima**.**

3) Pengujian Hipotesis 3

Variabel independen yang memiliki pengaruh paling dominan pada variabel independen dapat diketahui dengan menggunakan uji elastisitas.
Berdasarkan hasil uji elastisitas diperoleh nilai kepuasan kerja *(E1)* = 0,644, komitmen organisasi *(E2)* = 0,480, konflik peran *(E3)* = 0,542, dan *job insecurity (E4)* = 0,572. Nilai kepuasan kerja lebih besar dibandingkan dengan komitmen organisasi, konflik peran dan j*ob insecurity*. Sehingga dapat diartikan bahwa kepuasan kerja memberikan memiliki pengaruh paling dominan terhadap *turnover intentions* pada auditor internal Bank Pemerintah di Kabupaten Banyumas. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh paling

dominan terhadap *turnover intentions* diterima.

Penelitian menyimpulkan bahwa kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran, dan *job insecurity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions* pada auditor internal pada bank pemerintah di Kabupaten Banyumas. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Melyana (2008) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran, dan *job insecurity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions*. Hasil penelitian juga mendukung penelitian Tiamiyu dan Disner (2009) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja dan tersedianya kesempatan alternatif berpengaruh terhadap *turnover intentions* pada auditor internal. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luvi Kurniasari (2005) mendukung hasil penelitian ini dengan menyatakan bahwa komitmen organisasi dan *job insecurity* mempengaruhi *turnover intentions* (Melyana, 2008). Selain itu hasil penelitian juga mendukung penelitian terdahulu yang secara umum menyatakan bahwa komitmen organisasi dan kepuasan kerja merupakan variabel anteseden dari *turnover intentions* (Bline et al., 1991), (Hareel,1990), (Judge, 199), (Lum et al., 1998), (Nors dan Niehbuhr, 1984), dan (Snead dan Hareel, 1991) dalam Melyana (2008). Akan tetapi hasil penelitian tidak mendukung teori yang dikemukan oleh Harrell et al (1986) dalam Tiamiyu dan Disner (2009) dan hasil penelitian Melyana (2008) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan berkebalikan antara kepuasan kerja dan *turnover intentions* yaitu semakin tinggi kepuasan kerja maka akan berpengaruh terhadap semakin menurunnya *turnover intentions*. Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini dimungkinkan terjadi karena beberapa faktor; di antaranya adalah karakteristik individu, di mana individu *extrovert* cenderung menyenangi hal baru, tantangan cenderung mudah bosan, dan cenderung untuk selalu pindah kerja, karena mereka menyukai pekerjaan yang selalu bervariasi (Eysenck, 1965)

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kepuasan kerja, komitmen organisasi, konflik peran dan *job insecurity* secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *turnover intentions,* dengan demikian hipotesis pertama dan kedua diterima. Kepuasan kerja merupakan variabel yang berpengaruh dominan *turnover intentions*, pada auditor internal Bank Pemerintah di Kabupaten Banyumas. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh paling dominan terhadap *turnover intentions* diterima.

Berdasarkan penelitian ini maka Perbankan hendaknya memperhatikan faktor kepuasan kerja internal auditor dan menghindari kejenuhan dalam menduduki suatu posisi tertentu, oleh karena itu penyegaran dilingkungan internal auditor perlu dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. 1997. *Analisis Statistik untuk Bisnis*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.

Effendi, Muh. Arief. 2006. *Perkembangan Profesi internal Audit Abad 21*. Makalah disampaikan pada Seminar/ Kuliah Umum. Batam. 11 Desember 2006.

Engle, Robert L dan Nikolay A Dimitriadi. 2006. *Role Impact on Work and Life: a Cross Cultural Comparison of Russia and the United States*. AIB-SE. USA.

Gujarati, Damodar. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa Sumarno Zain. Erlangga. Jakarta.

Indirantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen.* Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.

Ikhsan, Arfan. 2008. *Metodologi Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Jogiyanto. 2004. Metode *Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE. Yogyakarta.

Maghfiroh, Siti. 2001. *Pengaruh Kultur Organisasi dan Pelatihan Profesional terhadap Hubungan Personalitas Individu dengan Krativitas: Studi pada "Kantor Akuntan Publik"*. Simposium Nasional Akuntansi IV.

Melyana, Melysa. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Turnover Intention pada Auditor*. Skripsi Ekonomi Akuntansi pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. (Tidak dipublikasikan).

Pangabean, Mutiara Sibarani. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Rivai, Veithzal. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik*. Rajagrafindo Perkasa. Jakarta.

Samad, Sarminah. 2006. *The Contribution of Demographic Variables: Job Characteristics and Job Satisfaction on Turnover Intentions*. Journal of International Management Studies. Vol.1. No. 1.

Subagyo, Pangestu dan Djarwanto. 2005. *Statistika Induktif*. BPFE.Yogyakarta.

Sumarno, Zain dan Ivan A Setiawan. 2009. *Hubungan Antara Role Conflict, Kepuasan Kerja, komitman Organisasional dan Intensi Keluar di Kantor Akuntan Publik*. Working Paper In Accounting and Finance. Universitas Padjajaran. Bandung.

Tiamiyu, Labi dan Julia Disner. 2009. *A Study of the Voluntary External Turnover of Internal Auditor*.

Toly, Agus Arianto. 2001. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Turnover Intentions pada Staf Kantor Akuntan Publik*. Jurnal

Akuntansi & Keuangan. Vol.3No.2, November, Hal. 102-105.

Umar, Husein. 2007. *Metodologi Penelitian Ekonomi untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Wulansari, Yohana dan Sherly Sunardi. 2008. *Analisa Pengaruh Kepuasan Kerja Karyawan terhadap Turnover Intention di PT. Sentra Medika Komunika Surabaya*. Skripsi pada Universitas Kristen Petra. Surabaya.

ROLE OF CORPORATE CULTURE IN ENHANCING COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN THE MULTICULTURAL ERA

Hermin Endratno[1)]
E-mail : herminendratno@gmail.com
[1)]Economics Faculty of Purwokerto Muhammadiyah University

ABSTRACT

Corporate culture is a belief, values and norms developed in organizational behavior used as guidelines for their members to address the problems of external adaptation and internal integration. Corporate culture must be able to internalize self into every employee and became the basis of the behavior patterns of each employee in the company. Each company has its own characteristics and different from other organizations, so that the value of a company different from other companies dependent on the compliance of member organizations implementing its characteristics. The characteristics of each organization have been defined since the organization was founded by the founders according to the vision of the company. Therefore, corporate culture is a provision that is descriptive. International competition in the era of globalization force companies operate in a multicultural environment (Andi 2003). Corporate culture is one of the important factors in improving the competitiveness of enterprises (Wilson 2008). This paper aims to explore role in improving the corporate culture within the company's competitiveness in the era of multicultural.

Keywords: *Corporate culture, the competitiveness of enterprises, multicultural era*

ABSTRAK

Budaya organisasi (*corporate culture)* merupakan suatu keyakinan, nilai-nilai dan norma-norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal. Budaya organisasi (*corporate culture)* harus mampu menginternalisasi ke dalam setiap diri karyawan dan menjelma menjadi motif dasar perilaku setiap karyawan di dalam perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai karakteristik tersendiri dan berbeda dengan organisasi lain, sehingga nilai suatu perusahaan berbeda dengan perusahaan lainnya tergantung kepatuhan para anggota organisasi dalam melaksanakan karakteristik-karakteristik yang dimilikinya. Karakteristik setiap organisasi sudah ditetapkan sejak organisasi tersebut didirikan oleh pendirinya *(founder)* sesuai visi dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu budaya organisasi (*corporate culture)* merupakan ketentuan yang bersifat deskriptif. Kompetisi internasional di era globalisasi memaksa

perusahaan-perusahaan beroperasi di dalam suatu lingkungan multibudaya (*multicultural environment*) (Andi 2003). Budaya perusahaan *(corporate culture*) merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan (Wilson 2008). Paper ini bertujuan untuk mengexplore peran budaya organisasi dalam dalam me**ningkatan daya saing perusahaan** di era multibudaya

Keywords : budaya organisasi, **daya saing perusahaan**,era multibudaya

A.PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, perusahaan akan menghadapi persaingan yang kompetitif untuk mencapai tujuan. Untuk memperoleh pasar yang lebih luas, perusahaan harus mempunyai daya saing yang lebih dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Daya saing itu dapat berupa produk yang dihasilkan, pelayanan, maupun sumberdaya manusianya. Perusahaan harus dapat mempunyai nilai lebih atas sumberdaya - sumberdayanya *(added value for resources)*, sehingga akan menghasilkan daya saing yang kuat atas perusahaan-perusahaan lain.

Porter (1994) mengatakan bahwa suatu negara memperoleh keunggulan daya saing *(comparative advantage)* jika perusahaan yang ada di negara tersebut dapat bersaing dengan perusahaan di negara lain. Daya saing suatu negara dapat ditentukan oleh kemampuan industri dalam melakukan inovasi. Produktivitas SDM yang rendah dan budaya manajemen Indonesia yang masih bersifat feodalisme dapat menyebabkan menurunnya daya saing produk.

Keunggulan bersaing dapat ditimbulkan adanya perbedaan *(differentiated)* yang dimiliki suatu perusahaan terhadap perusahaan sejenis lainnya. Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah yang semuanya memberikan kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan. Budaya perusahaan *(corporate culture*) merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan**.** Oleh karena itu, budaya perusahaan dapat menjadi faktor kunci yang menentukan berhasil tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuannya (Kotter dan Heskett, 2006).

Budaya perusahaan dapat memberikan pengaruh yang cukup besar, khususnya budaya kuat (*strong culture).* Budaya perusahaan yang kuat dapat mengakibatkan perusahaan mampu meningkatkan daya saing, sehingga dapat mengambil tindakan dan terkoordinasi terhadap pesaing dan pelanggan. Selain itu, budaya perusahaan dapat mengarahkan para karyawan yang mempunyai kompetensi yang lebih untuk dapat bersama-sama mencapai tujuan. (Bangun 2008)

Setiap organisasi mempunyai kepribadian yang khas, dan budayapun bersifat spesifik pula.Adanya budaya organisasi, diharapkan para anggotanya mempunyai nilai-nilai, keyakinan yang sama tentang keberadaan organisasi dan perilaku tertentu yang diharapkan ditampilkan oleh semua

anggota organisasi. Dengan demikian keefektifan organisasi dapat ditingkatkan dengan penciptaan suatu kultur yang di satu pihak membantu pencapaian tujuan organisasi dan di lain pihak memuaskan berbagai kebutuhan para anggotanya, tidak hanya dalam arti kebendaan, akan tetapi juga kebutuhan-kebutuhan lain seperti rasa aman dan kebutuhan sosial.

Setiap kebudayaan memiliki sistem tata nilai yang menentukan sesuatu tindakan apa yang oleh masyarakaat dianggap baik atau tidak baik. Tata nilai antar negara mungkin memiliki kesamaan, namun ada pula perbedaannya atau bahkan bertentangan. Untuk itu pelaku bisnis perlu memahami dan menghargai watak dasar tata nilai. (Suwarto, 2009)

Dalam menghadapi budaya global/multi budaya, manajemen dan manajer perlu mempunyai kecakapan khusus sebagai bekal agar mampu bersaing. Tata manajemen multibudaya akan bernilai tinggi bagi para pelaku bsinis, badan usaha dan berbagai asosiasi yang saat ini berupaya mengglobal. (Suwarto, 2009).Sebagai organisasi bisnis, pasti memiliki kompetensi budaya yang tinggi yang mampu menghadapi segala kesamaan dan perbedaaan.

Secara umum, perusahaan/ organisasi terdiri dari sejumlah orang dengan latarbelakang kepribadian, emosi dan ego yang beragam. Interaksi berbagai orang tersebut membentuk budaya organisasi. Budaya organisasi merupakan kesatuan orang-orang yang memiliki tujuan, keyakinan (*beliefs*) dan nilai-nilai yang sama. (Suwarto, 2009). Mengacu pada definisi tersebut, yang membedakan organisasi satu dengan organisasi lain adalah sistem bermakna (norma,nilai,sikap dan keyakinan).

Amitai Etzioni melihat budaya organisasi dari teknik kontrol. Beberapa organisasi, seperti penjara dan rumah sakit jiwa misalnya, menggunakan sanksi fisik atau pemaksaan untuk mengontrol anggotanya. Sebagian organisasi lainnya, misalnya organisasi bisnis, menggunakan material atau asas manfaat sebagai insentif untuk membujuk atau mendorong anggotanya berperilaku sesuai keinginan organisasi itu. Organisasi lainnya, seperti gereja atau partai politik, menggunakan kontrol normatif atau berdasarkan norma-norma, seperti idealisme tinggi.

Organisasi yang menggunakan strategi kontrol normatif atau berdasarkan norma-norma mendapatkan komitmen anggotanya lebih besar dibandingkan organisasi yang menggunakan metoda *utilitarian* dan organisasi dengan strategi pemaksaan paling kecil komitmen anggotanya.

B. PEMBAHASAN

a.Pengertian Budaya Organisasi

Dalam beberapa literatur pemakaian istilah *corporate culture* biasa diganti dengan istilah *organization culture*. Kedua istilah ini memiliki pengertian yang sama.

Robbins (1998) mendefinisikan budaya organisasi *(organizational culture)* sebagai suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi tersebut dengan organisasi yang lain. Lebih lanjut, Robbins (1998) menyatakan bahwa sebuah sistem pemaknaan

bersama dibentuk oleh warganya yang sekaligus menjadi pembeda dengan organisasi lain. Sistem pemaknaan bersama merupakan seperangkat karakter kunci dari nilai-nilai organisasi.

Budaya organisasi didasarkan pada suatu konsep bangunan pada tiga tingkatan, yaitu: Tingkatan Asumsi Dasar (*Basic Assumption*), kemudian Tingkatan Nilai (*Value*), dan Tingkatan *Artifact* yaitu sesuatu yang ditinggalkan.

Tingkatan asumsi dasar (*Basic Assumption*), merupakan hubungan manusia dengan apa yang ada di lingkungannya, alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, manusia, hubungan itu sendiri, dan hal ini, asumsi dasar dapat diartikan suatu philosophy, keyakinan, yaitu suatu yang tidak bisa dilihat oleh mata tapi ditanggung bahwa itu ada.

Tingkatan yang berikutnya *Value*, Value itu dalam hubungannya dengan perbuatan atau tingkah laku, untuk itu, value itu bisa diukur (ditest) dengan adanya perubahan-perubahan atau dengan melalui konsensus sosial.

Sedangkan *artifact* adalah sesuatu yang bisa dilihat tetapi sulit untuk ditirukan, bisa dalam bentuk teknologi, seni, atau sesuatu yang bisa didengar (Schein,1991)

b.Sumber Budaya Organisasi

Menurut Jones sumber budaya organisasi ada 4, yaitu :

1. Karakter individu yang ada dalam suatu organisasi. Organisasi adalah kumpulan orang dalam suatu wadah yang memiliki tujuan yang sama. Dengan kata lain, tingkah laku,pola pikir, dan personality organisasi merupakan kumpulan dari tingkah laku, pola pikir, dan *personality* individu. Dengan demikian, perusahaan sebaiknya memilih personality,values dan pola pikir calon karyawan terlebih dahulu sebelum direkrut sehingga dapat dengan mudah mengatur budaya organisasi sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.
2. Perubahan kebijakan tersebut dapat menyebabkan terjadinya perubahan dalam value individu.Kebijakan suatu individu organisasi untuk dapat mengakses fasilitas/*resource* yang dimiliki
3. Struktur organisasi yang memiliki banyak unsur, yaitu bentuk struktur, karakterisik, *communication flow*, dan sebagainya
4. Nilai moral / *value* dari organisasi itu sendiri. Yang dimaksud pada point ini adalah nilai-nilai yang dianut oleh top management, pendiri perusahaan atau bahkan nilai moral yang sudah ditetapkan terlebih dahulu untuk suatu organisasi.

Setelah mengetahui sumber dari budaya organisasi, maka perusahaan /organisasi sebaiknya berusaha untuk dapat mengatur dan menjaga agar setiap unsur tersebut sesuai dengan yang dikehendaki perusahaan. Semakin bertumbuh besarnya suatu perusahaan, maka semakin besar unsur-unsur budaya tersebut berubah. Perusahaan yang tidak menyadari bahwa budaya perusahaan tersebut berubah seiring bertambahnya waktu, maka akan mengalami kesulitan bila perusahaan tersebut dihadapkan pada hambatan atau tantangan eksternal. Perusahaan yang bersangkutan akan menjadi lambat (tidak responsif) dalam menanggapi hambatan atau tantangan eksternal karena apabila hambatan atau tantangan eksternal

datang, maka yang diuji adalah internal suatu perusahaan.

Menurut Tosi, Rizzo, Carrol seperti yang dikutip oleh Munandar (2001), budaya organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Pengaruh umum dari luar yang luas

Mencakup faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan atau hanya sedikit dapat dikendalikan oleh organisasi.

2. Pengaruh dari nilai-nilai yang ada di masyarakat

Keyakinan-keyakinan dan nilai-nilai yang dominan dari masyarakat luas misalnya kesopansantunan dan kebersihan.

3. Faktor-faktor yang spesifik dari organisasi

Organisasi selalu berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam mengatasi baik masalah eksternal maupun internal organisasi akan mendapatkan penyelesaian-penyelesaian yang berhasil. Keberhasilan mengatasi berbagai masalah tersebut merupakan dasar bagi tumbuhnya budaya organisasi

c. Fungsi Budaya Organisasi.

Dalam beradaptasi dengan lingkungan eksternal dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, serta dalam melakukan intergrasi internal. Budaya melakukan sejumlah fungsi untuk mengatasi permasalahan anggota organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan eksternalnya yaitu dengan memperkuat pemahaman anggota organisasi, kemampuan untuk merealisir, terhadap misi dan strategi, tujuan, cara, ukuran, dan evaluasi. Budaya juga berfungsi untuk mengatasi permasalahan integrasi internal dengan meningkatkan pemahaman dan kemampuan anggota organisasi untuk berbahasa, berkomunikasi, kesepakatan atau konsensus internal, kekuasaan danaturannya, hubungan anggota organisasi (karyawan), serta imbalan dan sangsi (Schein,1991)

Menurut Robbins (1996), fungsi budaya organisasi sebagai berikut :

a. Budaya menciptakan pembedaan yang jelas antara satu organisasi dan yang lain.

b. Budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi.

c. Budaya mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan diri individual seseorang.

d. Budaya merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi itu dengan memberikan standar-standar yang tepat untuk dilakukan oleh karyawan.

e. Budaya sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku karyawan.

d.Terbentuknya Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan yang terbentuk ditentukan oleh beberapa unsur, yaitu:

1. Lingkungan usaha

lingkungan di mana perusahaan itu beroperasi akan menentukan apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan tersebut untuk menvapai keberhasilan.

2. Nilai-nilai (*values*)

merupakan konsep dasar dan keyakinan dari suatu organisasi.

3. Panutan/keteladanan

orang-orang yang menjadi panutan atau teladan karyawan lainnya karena keberhasilannya.

4. Upacara-upacara (*rites and ritual*); acara-acara rutin yang diselenggarakan oleh perusahaan dalam rangka memberikan penghargaan pada karyawannya.

5. *Network*

jaringan komunikasi informal di dalam perusahaan yang dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai dari budaya perusahaan.

e.Pengertian Budaya Organisasi Kuat

Menurut Robbin (1997) budaya organisasi kuat adalah budaya dimana nilai-nilai inti organisasi dipegang secara intensif dan dianut bersama secara meluas anggota organisasi.

1. Ciri-Ciri Budaya Kuat :

a. Anggota-anggota organisasi loyal kepada organisasi

b. Pedoman bertingkah laku bagi orang-orang di dalam perusahaan digariskan dengan jelas, dimengerti, dipatuhi dan dilaksanakan oleh orang-orang di dalam perusahaan sehingga orang-orang yang bekerja menjadi sangat kohesif.

c. Nilai-nilai yang dianut organisasi tidak hanya berhenti pada slogan, tetapi dihayati dan dinyatakan dalam tingkah laku sehari-hari secara konsisten oleh orang-orang yang bekerja dalam perusahaan.

d. Organisasi memberikan tempat khusus kepada pahlawan-pahlawan organisasi dan secara sistematis menciptakan bermacam-macam tingkat pahlawan

e. Dijumpai banyak ritual, mulai dari ritual sederhana hingga yang mewah

2. Ciri-Ciri Budaya Organisasi Lemah menurut Deal dan Kennedy

a. Mudah terbentuk kelompok-kelompok yang bertentangan satu sama lain.

a. Kesetiaan kepada kelompok melebihi kesetiaan kepada organisasi.

c. Anggota organisasi tidak segan-segan mengorbankan kepentingan organisasi untuk kepentingan kelompok atau kepentingan diri sendiri.

f.Langkah-Langkah Kegiatan Untuk Memperkuat Budaya Organisasi

1. Memantapkan nilai-nilai dasar budaya organisasi
2. Melakukan pembinaan terhadap anggota organisasi
3. Memberikan contoh atau teladan
4. Membuat acara-acara rutinitas
5. Memberikan penilaian dan penghargaan
6. Tanggap terhadap masalah eksternal dan internal
7. Koordinasi dan kontrol

g. Pendekatan budaya organisasi

1.Keselarasan Nilai-Nilai

Karyawan yang memiliki keselarasan nilai-nilai dengan perusahaan akan memiliki keterikatan yang tinggi pula, atau dengan kata lain semakin *engaged* dengan perusahaan. Itulah sebabnya budaya organisasi yang baik umunya meletakkan dasar filosofi nilai-nilai ideologis atau humanis sebagai fondasinya. Kita ambil contoh *Toyota Corporation*, dengan "*The Toyota Way"* sebagai Budaya Organisasinya. Prinsip pertama

dalam "*The Toyota Way*" adalah "*Base your Decision on a Long-Term Philosophy".* Dalam filosofi tersebut Toyota menyatakan *"...to generate value for the customer, society, and the economy".*Toyota ingin menggiring *mindset* para karyawannya menjadi lebih *humanis* dengan filosofi dasar tersebut, bahwa apa yang mereka kerjakan akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan kondisi perekonomian. Membangun keselarasan nilai dengan filosofi semacam itu, perusahaan akan mampu secara signifikan membangun *employee engagement* sehingga karyawan semakin merasa terikat dengan perusahaan. Namun, pada praktiknya, menyelaraskan nilai-nilai dasar perusahaan dengan individu karyawan bukan pekerjaan yang mudah. Hal ini dikarenakan proses penanaman nilai-nilai dasar tersebut ibarat melakukan *brainwashing* terhadap *mindset* seluruh karyawan, apalagi bagi karyawan lama yang sudah bekerja bertahun-tahun sebelum nilai-nilai dasar ini dirumuskan. Kuncinya terletak pada kontinuitas dalam menanamkan nilai-nilai tersebut ke dalam diri karyawan.

Setiap perusahaan memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam menanamkan nilai-nilai dasar organisasi tersebut. Sebagai contoh, *Kao Corporation* menekankan pada sisi penghargaan bagi setiap karyawan yang konsisten menjalankan budaya organisasinya, *"The Kao Way*". Rumah Zakat Indonesia menekankan pada internalisasi nilai-nilai perusahaan dan ideologi keagamaan yang dilakukan hampir setiap hari untuk menyelaraskan nilai-nilai individu karyawan dengan perusahaan.

2.Lingkungan yang Kondusif

Lingkungan kerja yang kondusif juga sangat berpengaruh terhadap *engagement* karyawan. Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif berarti menciptakan suatu kondisi dimana karyawan merasa nyaman untuk bekerja. Dalam budaya organisasi, menciptakan lingkungan yang kondusif merupakan bagian dari nilai organisasi yang dikembangkan dari filosofi dasarnya. Nilai ini tertuang dalam salah satu prinsip atau asas yang mendasari pola interaksi antar sesama karyawan. Misalnya "Menghormati Hak Asasi Individu", "Kompetisi yang Bersih dan Sehat", "Karyawan adalah Keluarga", "Membangun Tim yang Solid", dan lain-lain.

Dengan prinsip ini, karyawan diharapkan akan menemukan lingkungan kerja yang kondusif. Sebagai contoh prinsip "Karyawan adalah Keluarga", merupakan prinsip yang cukup efektif untuk menumbuhkan *engagement* dalam diri karyawan. Misalnya memberikan donasi bagi karyawan yang anaknya baru lahir, atau merayakan ulang tahun bagi karyawan yang berulang tahun, ataupun sekedar mengadakan arisan karyawan bersama. Semua ini memang terlihat kecil dan sepele, tetapi efeknya bisa sangat besar dan sangat efektif dalam menumbuhkan *employee engagement* dibandingkan dengan program-program *employee retention* yang cenderung memakan biaya besar.

Kedua pendekatan tersebut diatas ini mampu menjawab dilema perusahaan di tengah dampak krisis

global. Dengan demikian, perusahaan memiliki alternatif solusi yang cukup "murah" untuk dapat meningkatkan *employee engagement*. Melakukan pendekatan budaya organisasi ini memerlukan kerja keras, kontinuitas, dan komitmen dari semua pihak. (Irvan Hermala 2012)

h.Indikator Budaya Organisasi

- Jaminan diri (*Self assurance*)
- Ketegasan dalam bersikap (*Decisiveness*)
- Kemampuan dalam pengawasan (*Supervisory ability*)
- Kecerdasan emosi (*Intelegence*)
- Inisatif (*Initiative*)
- Kebutuhan akan pencapaian prestasi (*Need for achievement*)
- Kebutuhan akan aktualisasi diri (*Need for self actualization*)
- Kebutuhan akan jabatan/posisi (*Need for power*)
- Kebutuhan akan penghargaan (*Need for reward*)
- Kebutuhan akan rasa aman (*Need for security*). Desmond graves (1986)

i.Tipe Budaya Organisasi

(McKenna**,** 2002

1.Budaya kekuasaan (*Power culture*).

Budaya ini lebih memfokuskan sikap pimpinan terkait kekuasaan dalam cara memerintah. Budaya kekuasaan juga dibutuhkan dengan syarat mengikuti esepsi dan keinginan anggota suatu organisasi.

Seorang karyawan butuh adanya peraturan dan pemimpin yang tegas dan benar dalam menetapkan seluruh perintah dan kebijakannya. Karena hal ini menyangkut kepercayaan dan sikap mental tegas untuk memajukan institusi organisasi. Kelaziman yang masih menganut manajemen keluarga, peranan pemilik institusi begitu dominan dalam pengendalian sebuah kebijakan terkadang melupakan nilai profesionalisme yang justru hal inilah salah satu penyebab mundurnya organisasi.

2.Budaya peran (*Role culture*).

Budaya ini ada kaitannya dengan prosedur birokratis, seperti peraturan organisasi dan peran/jabatan/posisi spesifik yang jelas karena diyakini bahwa hal ini akan menstabilkan sistem. Keyakinan dan asumsi dasar tentang kejelasan status/posisi/peranan yang jelas inilah akan mendorong terbentuknya budaya positif yang jelas akan membantu mengstabilkan suatu organisasi. Hampir semua orang menginginkan suatu peranan dan status yang jelas dalam organisasi.

3.Budaya pendukung (*Support culture*)

Budaya dimana didalamnya ada kelompok atau komunitas yang mendukung seseorang yang mengusahakan terjadinya integrasi dan seperangkat nilai bersama dalam organisasi tersebut. Selain budaya peran dalam menginternalisasikan suatu budaya perlu adanya budaya pendukung yang disesuaikan dengan kredo dan keyakinan anggota dibawah. Budaya pendukung telah ditentukan oleh pihak pimpinan ketika organisasi/institusi tersebut didirikan oleh pendirinya yang dituangkan dalam visi dan misi organisasi tersebut. Di dalamnya ada keselaran antara struktur, strategi dan budaya itu sendiri dan suatu saat dapat terjadi adanya perubahan dengan

menanamkan budaya untuk belajar terus menerus (*longlife education)*

4.Budaya prestasi *(Achievement culture*)

Budaya yang didasarkan pada dorongan individu dalam organisasi dalam suasana yang mendorong eksepsi diri dan usaha keras untuk adanya independensi dan tekanannya ada pada keberhasilan dan prestasi kerja. Budaya ini sudah berlaku dikalangan akademisi tentang independensi dalam pengajaran, penelitian dan pengabdian serta dengan pemberlakuan otonomi kampus yang lebih menekankan terciptanya tenaga akademisi yang profesional, mandiri dan berprestasi dalam melaksanakan tugasnya.

j.Hal-Hal Yang Mempengaruhi Budaya Organisasi

Menurut Amnuai, pembentukan budaya organisasi terjadi tatkala anggota organisasi belajar menghadapi masalah, baik masalah-masalah yang menyangkut perubahan eksternal maupun masalah internal yang menyangkut persatuan dan keutuhan organisasi (Ndraha 1997)

Pembentukan budaya organisasi diawali oleh para pendiri (*founder)* institusi melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

- Seseorang mempunyai gagasan untuk mendirikan organisasi.
- Menggali dan mengarahkan sumber-sumber baik SDM, biaya dan teknologi.
- Meletakkan dasar organisasi berupa susunan organisasi dan tata kerja.

k.Faktor-Faktor Yang Membentuk Budaya Organisasi (Vijay Sathe)

Sathe mengemukakan *share assumption* sebagai berikut :

1.*Share thing*, misalnya pakaian seragam seperti pakaian Korpri untuk PNS, batik PGRI yang menjadi ciri khas organisasi tersebut.

2.Share saying, misalnya ungkapan slogan, pemeo seperti didunia pendidikan terdapat istilah Tut Wuri Handayani, *fastabiqul qoirot* diperguruan Muhammadiyah.

2.Share doing, misalnya pertemuan, kerja bakti, kegiatan sosial sebagai bentuk aktifitas rutin yang menjadi ciri khas suatu organisasi seperti istilah mapalus di Sulawesi, nguopin di Bali.

3Share feeling, turut bela sungkawa, *anniversary*, ucapan selamat, acara wisuda mahasiswa.

Sedangkan menurut Bennet Silalahi (2004) budaya organisasi harus diarahkan pada penciptaan nilai (*Values*) yang pada intinya faktor yang terkandung dalam budaya organisasi. Budaya organisasi harus mencakup faktor-faktor antara lain : Keyakinan, Nilai, Norma, Gaya, Kredo dan Keyakinan terhadap kemampuan pekerja

Untuk mewujudkan tertanamnya budaya organisasi tersebut harus didahului oleh adanya integrasi atau kesatuan pandangan barulah pendekatan manajerial (Bennet Silalahi) bisa dilaksanakan antara lain berupa :

- Menciptakan bahasa yang sama dan warna konsep yang muncul.
- Menentukan batas-batas antar kelompok.
- Distribusi wewenang dan status.
- Menentukan imbalan dan ganjaran

o Menjelaskan perbedaan agama dan ideologi.

Selain *share assumption* dari Sathe, faktor *value* dan integrasi dari Bennet ada beberapa faktor pembentuk budaya organisasi lainnya dari hasil penelitian David Drennan selama sepuluh tahun telah ditemukan dua belas faktor pembentuk budaya organisasi /perusahaan/budaya kerja/budaya Akademis (Republika, 27 Juli 1994) yaitu :

1. Pengaruh dari pimpinan /pihak yayasan yang dominan
2. Sejarah dan tradisi organisasi yang cukup lama.
3. Teknologi, produksi dan jasa
4. Industri dan kompetisinya/ persaingan.
5. Pelanggan/stakehoulder akademis
6. Harapan perusahaan/organisasi
7. Sistem informasi dan kontrol
8. Peraturan dan lingkungan perusahaan
9. Prosedur dan kebijakan
10. Sistem imbalan dan pengukuran
11. Organisasi dan sumber daya
12. Tujuan, nilai dan motto.

l.Pendekatan Budaya Organisasi

Budaya dapat diinterpretasikan berbeda-beda. Joanne Martin menjelaskan tiga pendekatan dalam mempelajari budaya organisasi yaitu: integrasi (*integration*), perbedaan (*differentiation*), dan fragmentasi (*fragmentation*).

Berdasarkan pendekatan atau perspektif integrasi anggota organisasi tahu persis prinsip dasar yang menjadi budaya organisasi sehingga mereka tahu bagaimana harus berperilaku. Jika saya rajin atau berprestasi maka gaji saya akan naik atau mendapat bonus.

Pendekatan perbedaan mengakui ada perbedaan interpretasi budaya organisasi atau bahkan variasi budaya di dalam organisasi yang mencerminkan kelompok interes berbeda. Satu departemen bisa berselisih dengan departemen lainnya. Atasan bisa saja memiliki pemahaman berbeda pendapat dengan bawahan mengenai sikap tidak berat sebelah (*fairness*) dan tanggung jawab.

Perspektif perbedaan melihat tidak ada konsensus di tingkat organisasi, yang ada hanya konsensus di tingkat subkultur dan pandangan ini cenderung menekankan bagaimana kelompok bawahan melihat organisasi untuk membedakan dengan pandangan integrasi. Perspektif ini sering digunakan untuk meneliti konflik dan keengganan yang tidak muncul dalam retorika manajemen atau penelitian organisasi yang menekankan kerja tim, harmoni, dan kerja sama.

Kultur organisasi terdiri dari sub-kultur. Kultur di bagian keuangan berbeda dengan kultur di bagian penjualan, misalnya. Bagian keuangan biasa bekerja dari pukul 09.00 sampai 17.00 sore dan akan sangat jarang sekali keluar kantor. Bagian penjualan akan lebih banyak ke luar kantor dan waktu kerjanya tidak harus pkl. 09.00 s/d 17.00

Budaya Organisasi harus mampu menginternalisasi ke dalam setiap diri karyawan dan menjelma menjadi motif dasar perilaku setiap karyawan di dalam perusahaan.

m.Karakteristik budaya

Organisasi

Menurut Robbins (1996), ada 7 ciri-ciri budaya organisasi adalah:

1. Inovasi dan pengambilan risiko (*Innovation and risk taking*).

Tingkatan dimana para karyawan terdorong untuk berinovasi dan mengambil risiko.

2. Perhatian yang rinci (*Attention to detail*).

Suatu tingkatan dimana para karyawan diharapkan memperlihatkan kecermatan (*precision*), analisis dan perhatian kepada rincian.

3. Orientasi hasil (*Outcome orientation*).

Tingkatan dimana manajemen memusatkan perhatian pada hasil bukannya pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil.

4. Orientasi pada manusia (*People orientation*).

Suatu tingkatan dimana keputusan manajemen memperhitungkan efek hasil – hasil pada orang–orang nggota organisasi

5. Orientasi tim (*Team orientation*).

Suatu tingkatan dimana kegiatan kerja diorganisir di sekitar tim – tim, bukannya individu – individu.

6. Keagresifan (*Aggressiveness*).

Suatu tingkatan dimana orang – orang (anggota organisasi) itu memiliki sifat agresif dan kompetitif dan bukannya santai – santai.

7. Stabilitas (*Stability).*

Suatu tingkatan dimana kegiatan organisasi menekankan di pertahankannya status quo daripada pertumbuhan.

Dengan menilai organisasi berdasarkan tujuh karakteristik ini, akan diperoleh gambaran majemuk dari budaya organisasi. Gambaran ini menjadi dasar untuk pemahaman bersama yang dimiliki para anggota mengenai organisasi, cara menyelesaikan masalah dan cara anggota berperilaku (Robbins, 1996).

n.Tipologi Budaya

Menurut Sonnenfeld dari Universitas Emory (Robbins, 1996), ada empat tipe budaya organisasi

1.Akademi

Perusahaan suka merekrut para lulusan muda universitas, memberi mereka pelatihan istimewa, dan kemudian mengoperasikan mereka dalam suatu fungsi yang khusus. Perusahaan lebih menyukai karyawan yang lebih cermat, teliti, dan mendetail dalam menghadapi dan memecahkan suatu masalah.

2.Kelab

Perusahaan lebih condong ke arah orientasi orang dan orientasi tim dimana perusahaan memberi nilai tinggi pada karyawan yang dapat menyesuaikan diri dalam sistem organisasi. Perusahaan juga menyukai karyawan yang setia dan mempunyai komitmen yang tinggi serta mengutamakan kerja sama tim.

3.Tim Bisbol

Perusahaan berorientasi bagi para pengambil resiko dan inovator, perusahaan juga berorientasi pada hasil yang dicapai oleh karyawan, perusahaan juga lebih menyukai karyawan yang agresif. Perusahaan cenderung untuk mencari orang-orang berbakat dari segala usia dan pengalaman, perusahaan juga menawarkan insentif finansial yang sangat besar dan kebebasan besar bagi mereka yang sangat berprestasi.

4.Benteng

Perusahaan condong untuk mempertahankan budaya yang sudah baik. Menurut Sonnenfield banyak

perusahaan tidak dapat dengan rapi dikategorikan dalam salah satu dari empat kategori karena merek memiliki suatu paduan budaya atau karena perusahaan berada dalam masa peralihan.

p.Riset tentang Budaya Organisasi

Penelitian yang dilakukan oleh Moeljono di Bank Rakyat Indonesia (BRI) menemukan bahwa budaya korporat berperan secara sangat siknifikan terhadap keunggulan korporasi dalam bentuk produktivitas pelayanan. Demikian juga, sebuah studi oleh Danar Hadi menunjukkan bahwa budaya keluarga yang professional di dalam perusahaan keluarga menjadi pendorong bagi keunggulan organisasi (Moeljono, 2005). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa budaya korporat dapat menentukan keunggulan besaing perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Imai (1996) dalam Moeljono (2005), bahwa budaya korporat merupakan faktor struktur dan psikologis yang menentukan kekuatan menyeluruh perusahaan, produktivitas, dan daya saing dalam jangka panjang.(Bangun 2008)

o.Multibudaya

Multibudaya adalah pandangan bahwa terdapat banyak latar belakang dan faktor budaya berbeda yang penting dalam organisasi. Harapan multibudaya bahwa orang dengan latar belakang bersama-sama serta berkembang dalam sebuah organisasi.

Multibudaya mengacu pada faktor :

- Etnik
- Ras jenis kelamin
- Kemampuan fisik
- Orientasi seksual
- Umur

Memahami multibudaya bagi manajemen dapat memberikan pandangan menyeluruh tentang berbagai tantangan dalam bisnis global, perbedaan budaya meliputi berbagai masalah teritorial, korporate, gender, nilai-nilai budaya bangsa membawa dampak padaa nilai-nilai badan usaha. (Suwarto 2009)

C. SIMPULAN

1. *Corporate culture* merupakan faktor kunci untuk menentukan berhasil tidaknya perusahaan dapat mengungguli perusahaan sejenis lainnya.
2. Budaya Organisasi harus mampu menginternalisasi ke dalam setiap diri karyawan dan menjelma menjadi motif dasar perilaku setiap karyawan di dalam perusahaan.
3. Budaya perusahaan kuat akan dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan tinggi, yang berarti dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Budaya kuat dapat mendorong perilaku para karyawan dan unsur-unsur lainnya dalam perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya, sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan
4. Dalam menghadapi budaya global / multibudaya para manajer perlu mempunyai kecakapan khusus sebagai bekal agar mampu bersaing di tingkat internasional.

REFERENSI

Aripin Ahmad Budaya Organisasi Atau Iklim Organisasi Sebagai Faktor Keefektifan Organisasi *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No.2*

Januari 2008 Jurnal Ilmiah Berkala Empat Bulanan, ISSN 1411 - 9366

Irvan Hermala Pendekatan Budaya Organisasi untuk "*Employee Engagement"* dalam http://www.portalhr.com/kolom/2id212.html

Jurnal Manajemen, Vol.8, No.1, November 2008

Kreitner, Robert, dan Angelo Kinicki, 2003, *Perilaku Organisasi*, Salemba Empat.,Jakarta

Lita Wulantika, *Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Keefektifan Organisasi* ddalam Majalah Ilmiah UNIKOM Vol.7, No. 2

Ndraha, Taliziduhu.1997. Budaya Organisasi. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.

Noor Fitrihana *Peningkatan Daya Saing Produk Melalui Fungsi-Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia* Program Studi teknik Busana FT-UNY

Porter, Michael E., 1994, *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Jakarta: Binarupa Aksara.

Republika, 27 Juli 1994

Robbins,P.,Stephen.1992.*Essential of Or-ganization Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall International,Inc.

Schein,H.,Edgard.1992.*An organizational Culture and Leadership*.San Fran-sisco : Yossey Bass Publisher.

Suwarto 2009 , *Budaya Organisasi*, Graha Ilmu Yogyakarta

Wilson Bangun 2008 *Budaya Organisasi: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan* dalam Jurnal Manajemen, Vol.8, No.1, November 2008

http://businessknowledges.blogspot.com/2009/07/sumber-sumber-budaya-organisasi.html

http://diahayuastriniwebblog.blogspot.com/2012/04/blog-post.html

http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/04/ teori-budaya-organisasi.html

ANALYSIS MULTILEVEL AND CROSS LEVEL IN THE FIELD ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR (THE EXAMPLE OF EXPLANATION OF ORGANIZATIONAL JUSTICE CLIMATE)

Ratno Purnomo[1)]

E-mail : ano.purnomo@gmail.com

[1)]Economics Faculty of Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

This article discuss about multilevel and cross level analysis in the field of organizational behavior. The discussion is very important because the reality in the work showed that person, work team and organization are interdependent. Organization consists of work teams, and work team consists of members. So, these three levels are nested. Organization can be able influence the work teams and persons can be influenced by team works. The purpose of this article is to discuss some issues in multilevel and cross level analysis, especially issues related about theory background, measurement (aggregation and disaggregation) and statistical tools. Beside, this article also discuss about the latest development of multilevel and cross level research in justice climate. Finally, the article gave some insights for the OB researcher to develop multilevel and cross level research in the future. It is the time for OB researcher to think multilevel.

Keywords: *Multilevel, Cross Level, Organizational Behavior, Justice Climate*

ABSTRAK

Artikel ini membahas tentang analisis multilevel dan lintas level di penelitian perilaku organisasi. Pembahasan ini penting karena fenomena yang terjadi di dunia kerja menunjukan bahwa individu, tim kerja dan organisasi saling berkaitan satu sama lain. Individu adalah bagian dari tim kerja, dan tim kerja adalah bagian dari organisasi. Organisasi dapat memiliki pengaruh terhadap level yang ada di bawahnya yaitu tim kerja dan individu. Begitu pula, tim kerja dapat memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku individu. Tujuan artikel ini adalah untuk membahas berbagai isu multilevel dan lintas level, khususnya yang berkenaan dengan landasan pemikiran, isu pengukuran dan alat analisis. Selain itu, juga di bahas perkembangan penelitian multilevel dan lintas level untuk tema iklim keadilan. Akhirnya, artikel ini mendiskusikan arah pengembangan penelitian multilevel dan lintas level di masa yang akan datang. Sudah saatnya peneliti di bidang perilaku organisasi untuk berpikir multilevel.

Keywords: Multilevel, Cross Level, Organizational Behavior, and Justice Climate

A. Latar Belakang

Penelitian di bidang perilaku organisasional berkembang dengan pesat sampai dengan saat ini. Tema-tema penelitian semakin variatif dan spesifik sesuai dengan perkembangan fenomena dan realitas yang terjadi di dunia kerja. Tema-tema penelitian perilaku organisasional tidak hanya membahas tentang motivasi, kepuasan kerja, komitmen organisasional, kepemimpinan, atau budaya organisasi. Tetapi, sudah mulai sangat spesifik seperti aspek kognitif dan afektif kepuasan kerja, *emotional regulation, strategic leadership, job embededdness* dan lain-lain. Selain itu, tema-tema penelitian untuk level unit atau

kelompok juga sudah mulai berkembang seperti *empowerment climate, justice climate, safety climate* dan fenomena di dalam kelompok seperti *social loafing, group composition model, group cohesiveness* dan lainnya.

Teori, desain riset, dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian semakin canggih dan lintas disiplin. Penelitian perilaku organisasional saat ini banyak mengadopsi teori-teori dari bidang sosial, budaya, dan psikologi dalam pengkajiannya. Teori-teori psikologi seperti kepribadian, emosi, dan afek banyak digunakan dalam penelitian untuk level individu. Teori-teori sosial dan budaya seperti teori pertukaran sosial, *social information processing, group value model*, dan budaya organisasi banyak digunakan dalam penelitian untuk level unit dan organisasi.

Penelitian di bidang perilaku organisasional memang pada umumnya dilakukan pada tiga tingkatan atau level yaitu individu, kelompok (unit/tim), dan organisasi. Pembahasan terkait aspek personal seperti kepribadian, emosi, persepsi, dan kognisi serta sikap dan perilaku dilakukan pada level individu. Isu-isu dan fenomena terkait dengan dinamisasi kelompok, kinerja tim dan unit kerja, komposisi tim, iklim individu (Mowday dan Sutton, 1993), kontrak psikologikal dan *self-management* (Rousseau, 1997), mood dan emosi (Brief dan Weiss, 2002), sikap kerja, motivasi kerja, tim multikultural, ekspatriat dan kepemimpinan (Gelfand et al., 2007). Bagian *macro OB* yang pernah di-*review* antara lain adalah keefektifan organisasional, teknologi, struktur kerja dan kelekatan tim dilakukan pada level unit atau kelompok. Pembahasan terkait dengan strategi, hubungan antar organisasi, perubahan organisasional, dan budaya organisasional dilakukan pada level organisasi. Para peneliti perilaku organisasional mengklasifikasikan ketiga level tersebut dengan istilah *micro* dan *macro organizational behavior* (*micro* dan *macro OB*). Level individu dan unit masuk ke dalam kategori *micro OB*, sedangkan level organisasi masuk ke dalam kategori *macro OB*. Berbagai *review* tentang tema penelitian di perilaku organisasional dengan dua klasifikasi tersebut sudah sering dilakukan oleh para akademisi sejak tahun 80-an. Mitchel (1979) melakukan *review* kategori micro OB yang terdiri dari kepribadian, sikap kerja, motivasi, dan kepemimpinan. Bagian micro OB lain yang pernah di-*review* antara lain adalah karakteristik pekerjaan (Cummings, 1982), kepuasan kerja, kemangkiran, *turnover*, dan stres kerja (Staw, 1984), kepemimpinan, fenomena grup, dan sikap kerja (Schneider, 1985), *power motive* dan pengambilan keputusan (House dan Singh, 1987), kognisi sosial, teori atribusi, teori kontrol, dan *social information processing* (Ilgen dan Klein, 1988), pengaruh grup dan (Cummings, 1982), iklim organisasi, budaya organisasional, dan produktivitas (Schneider, 1985), organisasi pembelajar dan perubahan organisasional (Rousseau, 1997), lintas budaya (Gelfand et al., 2007).

Para peneliti cenderung melakukan riset pada masing-masing level tertentu. Sehingga, teori dan temuan empiris terus berkembang pada tiap

level. Sebagai contoh, keadilan organisasional yang pada awalnya hanya mempertimbangkan dimensi distributif berkembang menjadi dimensi prosedural, interaksional, informasional dan interpersonal (Colquitt, 2001). Penelitian yang mengkaji anteseden dan konsekuen berbagai dimensi keadilan juga semakin variatif dari tahun ke tahun (Colquitt et al., 2001; Cohen-Charas dan Spector, 2001). Penelitian dengan tema keadilan organisasional juga berkembang dengan memasukan faktor pemediasi atau pun pemoderasi. Selain itu, para peneliti juga sudah mulai memasukan faktor konteks seperti nilai budaya, struktur organisasi, dan faktor lingkungan organisasional.

Namun demikian, perkembangan pesat kajian empiris pada masing-masing level justru membatasi langkah pengembangan teori dan hasil empiris itu sendiri. Tiap-tiap peneliti "sibuk dan egois" dengan levelnya sendiri. Padahal, apabila kita tilik fenomena yang terjadi di dalam organisasi, tiap level tersebut tidaklah berdiri sendiri. Tiap level saling berkaitan satu sama lain, satu level adalah bagian dari level yang lain. Individu adalah bagian dari unit kerja atau kelompok dan unit kerja adalah bagian dari organisasi. Organisasi, unit kerja atau kelompok, pengembangan penelitian multilevel dan lintas level di masa yang akan datang. Oleh karena itu, tulisan ini juga membahas arah pengembangan untuk masa datang terkait riset multilevel dan lintas level di bidang perilaku organisasional

B. Perbedaan Multilevel dan Lintas Level

dan individu adalah satu rumpun (*nested*). Organisasi memiliki pengaruh terhadap unit kerja dan individu, unit kerja pun dapat memiliki pengaruh terhadap sikap dan perilaku individu. Pemikiran bahwa organisasi, unit kerja dan individu adalah satu rumpun memicu penelitian lintas level. Oleh karena itu, sudah saatnya para peneliti perilaku organisasional berpikir multilevel. Kozlowksi dan Klein (2000) menyatakan bahwa tujuan utama penelitian lintas level dan multilevel adalah untuk mengintegrasikan *macro OB* dan *Micro OB* sehingga fenomena di dalam organisasi dapat lebih dipahami. Jadi, penelitian multilevel dan lintas level dapat dianggap sebagai jembatan untuk melakukan berbagai integrasi antara *macro OB* dan *Micro OB.*

Oleh karena itu, tujuan tulisan ini adalah untuk mengkaji beberapa isu terkait dengan penelitian multilevel dan lintas level. Isu-isu tersebut antara lain adalah isu dasar pemikiran, isu pemikiran, isu desain riset dan alat analisis, dan isu perkembangan riset-riset yang menggunakan analisis multilevel dan lintas level. Pembahasan berbagai isu ini diharapkan dapat membawa tren positif untuk usaha-usaha

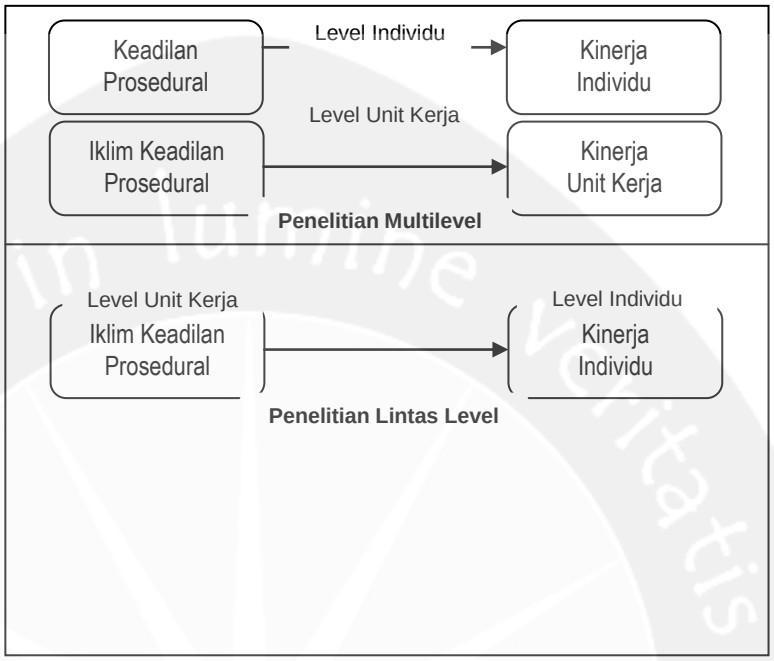
Penelitian multilevel dan lintas level dilakukan pada saat melibatkan dua atau lebih variabel yang memiliki perbedaan tingkatan. Ada beberapa tingkatan atau level dalam penelitian perilaku organisasional yaitu level individu, level kelompok atau unit, dan level organisasi. Level ini semakin luas ketika kajian dilakukan pada bidang manajemen dan bisnis

yaitu level industri, level kelompok industri, dan level negara. Pada bidang perilaku organisasional contoh variabel pada level individu antara lain adalah kepuasan kerja, komitmen, keadilan organisasional, *self-efficacy*, dan perilaku proaktif. Contoh variabel pada level unit antara lain adalah iklim keadilan, iklim organisasi, kinerja tim, dan iklim pemberdayaan. Contoh variabel pada level organisasi antara lain adalah organisasi pembelajaran, budaya organisasi, dan kinerja organisasional.

Beberapa literatur dan jurnal ilmiah menggunakan istilah multilevel dan lintas level secara bergantian atau dianggap memiliki definisi dan makna yang sama. Padahal, kedua konsep tersebut memiliki perbedaan mendasar. Penelitian multilevel dilakukan pada saat menguji pengaruh hubungan antarvariabel pada level yang berbeda. Satu model hubungan diuji pada level individu, kemudian model hubungan tersebut diuji pula pada level kelompok atau unit kerja. Contohnya adalah penelitian tentang keadilan organisasional. Pertama, menguji hubungan pengaruh antara keadilan prosedural terhadap kinerja individu. Pengujian pertama ini dilakukan pada level individu. Kedua, menguji hubungan pengaruh antara iklim keadilan prosedural terhadap kinerja unit kerja. Pengujian kedua ini dilakukan pada level unit kerja. Jadi, kedua variabel memiliki level yang sama, hanya saja pengujian hubungan kedua variabel tersebut dilakukan pada level yang berbeda. Di sisi lain, penelitian lintas level dilakukan pada saat menguji pengaruh hubungan antar variabel dengan level yang berbeda. Biasanya dilakukan untuk menguji pengaruh level yang lebih tinggi terhadap level yang lebih rendah. Contohnya adalah menguji pengaruh iklim keadilan prosedural (level unit) terhadap kinerja individu (level individu). Contoh lainnya antara lain adalah pengaruh budaya organisasi (level organisasi) terhadap iklim keadilan (level unit). Gambar 1 menunjukan perbedaan model penelitian multilevel dan lintas level.

Contoh lain penelitian lintas level untuk tema iklim keadilan antara lain adalah pengaruh iklim keadilan prosedural terhadap komitmen organisasi dan perilaku menolong (Naumann dan Bennet, 2000), pengaruh iklim keadilan prosedural, interpersonal, dan interpersonal terhadap komitmen, kepuasan kerja, dan perilaku kewarganegaraan (Liao dan Rupp, 2005), pengaruh iklim keadilan prosedural, distributif, dan interaksional terhadap kecemasan dan depresi (Spell dan Arnold, 2007), pengaruh iklim keadilan prosedural terhadap perilaku kewarganegaraan (Walumbwa et al., 2010). Contoh lain penelitian multilevel adalah pengaruh iklim pemberdayaan terhadap kinerja unit kerja (level unit), pengaruh pemberdayaan psikologikal terhadap kinerja individu dan kepuasan kerja (level individu) yang dilakukan oleh Seibert et al. (2004). Penelitian Xie dan Johns (2000) juga menggunakan analisis multilevel yaitu menguji pengaruh *group cohesiveness* dan *culture salience* terhadap kemangkiran, baik pada level grup maupun level individu.

Gambar 1
Perbedaan Penelitian Multilevel dan Lintas Level



C. Dari Keadilan Organisasional Menjadi Iklim Keadilan

Salah satu isu menarik dari perkembangan penelitian multilevel dan lintas level adalah perubahan variabel yang semula level individu menjadi level unit. Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukan beberapa variabel yang pada mulanya diukur pada level individu, kemudian diukur pada level unit. Contohnya antara lain *psychological empowerment* menjadi *empowerment climate* (Seibert et al., 2004), perilaku kewarganegaraan atau yang dikenal dengan *organizational citizenship behavior* (OCB) level individu menjadi OCB unit atau tim (Schnake dan Dumler 2003; Chen et al., 2005), dan persepsi keadilan menjadi iklim keadilan (Mossholder et al., 1998; Naumann dan Bennet, 2000). Isu pentingnya bukan pada perubahan nama semata, atau membuat skor persepsi individu menjadi skor unit atau kelompok. Isu pentingnya adalah argumentasi logis dan ilmiah bahwa sebuah variabel level individu bisa menjadi level unit, karena kalau hanya berkenaan dengan skor maka semua variabel level individu dapat juga diperlakukan sebagai variabel level unit bahkan level organisasi. Padahal, tidak semua variabel level individu dinaikan menjadi variabel level unit. Berikut ini akan diuraikan penjelasan logis dan teoritis sebuah variabel level individu menjadi variabel level unit. Penjelasan ini akan mengambil contoh variabel keadilan organisasional yang bertransformasi menjadi iklim keadilan.

Kozlowski dan Klein (2000) menyebutkan ada tiga tipe konstruk level unit, yaitu *global unit*

properties, *shared unit properties*, dan *configurational properties*. Karakteristik konstruk yang bertipe *global unit properties* antara lain adalah cenderung objektif, sangat mudah diobervasi, menunjukan karakteristik unit atau kelompok secara jelas, variasi di dalam kelompok tidak berarti, dan keberadaan individu di dalam unit tidak relevan. Contohnya adalah ukuran kelompok, fungsi kelompok, dan lokasi unit kerja. Pengukuran konstruk ini biasa menggunakan data objektif atau dengan kategorikal (*dummy*). Karakteristik konstruk yang bertipe *shared unit properties* antara lain adalah cenderung subjektif, informasinya bersumber dari individu, variasi di dalam kelompok (*within variance*) harus rendah, dan variasi di antara kelompok (*between variance*) harus ada. Pengukuran konstruk ini bersumber dari individu yang ada di dalam unit yang memiliki persepsi, kognisi, sikap dan perilaku relatif mirip. Kemiripan itu muncul karena adanya konvergensi yang terbentuk dari faktor sosialisasi, interaksi, berbagi pengalaman, dan kepemimpinan. Contoh konstruk ini antara lain adalah iklim kelompok, norma kelompok, *collective efficacy*, dan kohesivitas tim. Karakteristik konstruk yang bertipe configurational *unit properties* ditunjukan dengan adanya susunan, pola, sebaran, komposisi, atau variabilitas di dalam kelompok. Pengukuran konstruk ini dapat bersumber dari individu seperti faktor demografis, kepribadian, dan perilaku. Namun, tidak ada asumsi konvergensi seperti halnya *shared unit properties*. Masing-masing individu memiliki kontribusi berbeda terhadap keragaman kelompok. Contoh konstruk ini antara lain adalah diversitas kelompok dan kombinasi kemampuan anggota kelompok. Berdasarkan tiga tipe konstruk level unit tersebut, iklim keadilan termasuk konstruk yang bertipe *shared unit properties*. Iklim keadilan merupakan persepsi keadilan bersama (*shared perception*) para anggota kelompok kerja atau unit kerja tentang bagaimana organisasi dan supervisor memperlakukan kelompok atau unit kerja tersebut berkenaan dengan luaran, prosedur dan cara interaksi. Persepsi bersama tersebut muncul karena adanya konvergensi persepsi dan kognisi para anggota unit kerja, berbagi pengalaman dan saling bertukar informasi.

Li dan Cropanzano (2009) menyatakan bahwa persepsi keadilan dapat diuji dan diukur pada analisa level unit atau kelompok. Hal tersebut didasarkan pada dua pendekatan yang diajukan oleh Morgeson dan Hoffman (1999) dalam menilai kelayakan suatu konstruk pada level unit. Morgeson dan Hofmann (1999) mengajukan rerangka untuk memahami proses konstruk pada level individual yang menjadi level unit atau kelompok. Ada dua pendekatan untuk memahami konstruk kolektif yaitu pendekatan struktural dan pendekatan fungsional. Pendekatan struktural menyatakan bahwa konstruk kolektif asal mulanya berasal dari para individu dan terbentuk karena adanya serangkaian interaksi di antara individu di dalam satu unit. Para individu tidak melakukan aktivitas di tempat yang

hampa atau vakum, tetapi mereka secara konstan dipengaruhi oleh individu lain di dalam unit kerjanya. Anggota-anggota unit kerja tersebut melakukan interpretasi bersama terhadap peristiwa yang terjadi melalui berbagi informasi, pemaknaan kolektif dan saling pengertian. Di sisi lain, pendekatan fungsional menekankan pada pengaruh konstruk level unit di dalam sistem organisasional. Suatu konstruk dapat dipahami dengan adanya konsekuen dari konstruk tersebut. Artinya, konstruk tersebut dapat bermakna bila menghasilkan efek tertentu. Pada saat konstruk level individual memiliki efek yang sama dengan konstruk level unit, maka konstruk ini dikatakan memiliki level lintas (*cross level*) secara fungsional. Artinya, apabila persepsi keadilan memiliki konsekuen terbentuknya kinerja individu, maka iklim keadilan juga memiliki konsekuen terbentuknya kinerja unit atau kelompok.

Selain kedua pendekatan tersebut, transformasi keadilan organisasional menjadi iklim keadilan juga didasarkan pada beberapa teori di antaranya adalah teori interaksi dan konstruksi sosial (Mossholder *et al*., 1998; Roberson, 2006a, 2006b; Yang *et al*., 2007; Spell dan Arnold, 2007; Tangirala dan Ramanujam, 2008; Li dan Cropanzano, 2009), *social information processing* (Simons dan Roberson, 2003; Liao dan Rupp, 2005; Tangirala dan Ramanujam, 2008; Li dan Cropanzano, 2009), dan teori ASA (Naumann dan Bennet, 2000; Liao dan Rupp, 2005; Li dan Cropanzano, 2009). Simons dan Roberson (2003) menyatakan bahwa persepsi keadilan kolektif di dalam kelompok kerja atau departemen dapat berasal dari beberapa sumber: (1) Iklim yang terbangun di dalam unit kerja yang mana individu mengalami pengalaman yang sama terhadap manager dan atau kemiripan peran kerja dan prosedur. Interaksi antara individu dengan supervisor bisa saja berbeda-beda di antara anggota kelompok, namun demikian riset empiris menunjukan bahwa perkembangan di dalam unit kerja mengarah pada homogenitas interpersonal karena adanya tujuan dan kepentingan yang sama. Konsekuensinya adalah perlakuan terhadap anggota unit kerja juga dianggap perlakuan terhadap unit kerja itu secara keseluruhan. Hal ini dijelaskan oleh teori interaksi sosial. (2) Adanya kesamaan standar budaya yang digunakan oleh individu untuk menilai keadilan di dalam satu kelompok atau unit kerja dan untuk berbagi satu sama lain dalam hal geografis, profesional, pendidikan, etnis atau atribut demografis lainnya. Kesamaan kepentingan di antara individu juga ada di dalam unit kerja, sehingga masing-masing individu melakukan depersonalisasi terhadap pengalamannya dan lebih fokus pada unit kerjanya. Hal ini dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan *attraction-selection-attrition* (ASA). (3) Persepi keadilan juga dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan *social information processing* yang mana individu berdiskusi tentang pengalaman mereka dan persepsi keadilan yang mereka alami. Masing-masing teori memiliki pemikiran dan argumen yang dapat dijadikan landasan terbentuknya iklim keadilan organisasional.

Pertama, interaksi dan konstruksi sosial. Konsep interaksi dan konstruksi sosial digunakan sebagai dasar terbentuknya iklim keadilan organisasional karena memang persepsi keadilan individu tidak terisolasi dari pengaruh individu lain dan lingkungannya. Colquitt (2001) menyebutkan bahwa persepsi keadilan terbentuk karena adanya konstruksi sosial (*socially constructed*). Artinya, persepsi keadilan merupakan hasil dari proses interaksi individu dengan individu lainnya, berbagi informasi dan berbagi pengalaman. Pada level kelompok atau unit, konsekuensi dari proses tersebut adalah konsensus dan persepsi bersama di antara anggota kelompok. Morgeson dan Hoffman (1999) menyebutkan bahwa aktivitas individu tidak berada dalam ruangan hampa, aktivitas yang dilakukan individu dipengaruhi secara konstan oleh individu lain di dalam unit kerjanya. Adanya berbagai konteks di dalam organisasi yang saling tergantung satu sama lain membuka peluang terjadinya pertukaran dan interaksi sosial yang memungkinkan munculnya pemaknaan sosial bersama di antara individu atau konstruk kolektif (Morgeson dan Hofmann, 1999). Interpretasi yang sama di antara anggota kelompok terhadap peristiwa tertentu yang berkaitan dengan keadilan dapat terjadi melalui berbagi informasi, *sensemaking* kolektif, dan *mutual influence*. Persepsi keadilan terbentuk dalam kondisi individu tidak terisolasi tapi dapat ditentukan oleh pengaruh interaksi dengan individu lain (Umphress *et al*., 2003). Individu-individu dalam sebuah kelompok kerja sering terbatasi oleh kebijakan dan aksi otoritas organisasional sehingga cenderung terjadi proses interprestasi bersama (*shared interpretation*) terhadap praktek-praktek organisasi tersebut (Liao dan Rupp, 2005). Kelompok kerja yang sudah ada akan menjadi homogen dalam hal profesionalitas, pendidikan dan atribut kepribadian (Schneider, 1987). Konsekuensinya, terjadi konvergensi standardisasi norma yang digunakan individu untuk menilai tindakan atau kebijakan dari organisasi. Proses ini akan memicu kesamaan persepsi individu terhadap keadilan dan beberapa individu dalam kelompok kerja akan bersetuju tentang persepsi tersebut sehingga menjadi iklim keadilan pada level kelompok (Tangirala dan Ramanujam, 2008).

Kedua, Pendekatan Attraction-Selection-Atrition (ASA). Pendekatan ASA (Schneider, 1987) menyatakan bahwa individu dengan karakteristik yang mirip akan tertarik pada (*attracted to*), terseleksi ke dalam (*selected into*), dan bertahan (*retained*) pada satu kelompok yang sama. Jadi, ada tiga proses yang memunculkan homogenitas di dalam organisasi atau kelompok kerja. Pertama, individu tertarik pada organisasi atau kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik atau sikap dengan individu tersebut. Proses ini dimulai ketika individu memiliki berbagai estimasi dan preferensi tentang kesesuaian dirinya dengan tujuan beberapa organisasi. Individu tersebut akan memilih organisasi dengan tujuan yang paling sesuai dengan karakteristik kepribadiannya. Kedua, organisasi dan individu akan saling menseleksi satu sama lain berdasarkan derajat

kesamaan. Seleksi secara formal maupun informal dilakukan oleh organisasi melalui proses rekruitmen dan pemberhentian individu dari tempat kerjanya. Proses seleksi ini didasarkan pada atribut dan keinginan organisasi. Ketiga, individu dapat keluar dari organisasi atau kelompok kerja ketika tidak ada kecocokan dengan rekan kerjanya. Proses ini cenderung menolak keragaman dan membuat individu di dalamnya memiliki kesamaan dalam jangka waktu panjang. Konsekuensinya adalah meningkatnya homogenitas nilai, sikap dan kepribadian para anggota di dalam satu kelompok kerja (Schneider *et al*., 1995). Kesamaan ini dikenal dengan hipotesis homogenitas yang kemudian didukung secara empiris oleh Schneider *et al*. (1998).

Pendekatan ASA menyatakan bahwa di dalam unit kerja cenderung terbentuk homogenitas interpersonal, sehingga kesamaan dalam hal karakteristik demografis juga berkaitan dengan kesamaan persepsi di antara individu. Adanya kesamaan demografis di antara anggota kelompok kerja dapat memunculkan adanya kesepakatan terhadap persepsi iklim keadilan prosedural. Oleh karena itu, bila ada kebijakan organisasi yang tidak adil menimpa individu, maka efeknya juga akan berimbas ke dalam kelompok kerja dimana individu itu berada. Demikian pula, apabila salah satu anggota kelompok diperlakukan adil oleh organisasi, maka anggota akan saling berbagi tentang persepsi positif terhadap iklim keadilan prosedural. Berdasarkan proses ini pula, individu dalam satu kelompok kerja memiliki kesamaan kepribadian dan nilai sehingga konsensus interpretasi terhadap keadilan akan terjadi (Li dan Cropanzano, 2009). Kesamaan persepsi tentang keadilan di dalam kelompok tidak hanya terkait dengan prosedur saja, tetapi juga terkait semua dimensi keadilan seperti keadilan interaksional, keadilan informasional, keadilan interpersonal dan keadilan distributif.

Ketiga, Pendekatan *Social Information Processing* (SIP). Berdasarkan teori SIP yang dikembangkan oleh Salancik dan Pfeffer (1978), individu tidaklah beraktivitas di dalam organisasi yang tertutup atau vakum. Individu melakukan interaksi secara aktif dengan individu lainnya untuk menyikapi peristiwa yang terjadi di tempat kerja. Teori SIP menyatakan bahwa individu menggunakan informasi dari orang lain di sekitarnya sebagai konteks sosialnya untuk membentuk ketetapan tentang praktek organisasi, nilai dan norma. Teori ini juga menyatakan bahwa sikap dan perilaku terbentuk berdasarkan pada informasi yang dikumpulkan individu dari lingkungan sosial mereka. Informasi dari lingkungan sosial tersebut juga digunakan untuk menginterpretasikan peristiwa, membangun sikap yang sesuai, dan memahami perilaku beserta konsekuesinya. Konteks sosial ini sangat menentukan cara berpikir dan perasaaan individu tentang aspek-aspek dari lingkungan kerja mereka (Salancik dan Pfeffer, 1978). Teori SIP juga menjelaskan bahwa individu menggunakan norma dan perilaku dari kelompok kerja sebagai acuan tindakan mereka. Artinya,

sikap dan perilaku individu tidak berbeda jauh atau bahkan mirip dengan sikap dan perilaku kebanyakan anggota kelompok lainnya. Dengan kata lain, sikap dan perilaku individu cenderung mengikuti sikap dan perilaku di dalam kelompoknya.

Teori SIP juga menjadi penting untuk mengkonstruksi dan menginterpretasikan realitas, salah satunya adalah realitas tentang keadilan (Li dan Cropanzano, 2009). Roberson (2006a, 2006b) menggunakan teori SIP untuk menjelaskan persepsi keadilan. Roberson menjelaskan bahwa pada saat individu mengalami keadilan atau ketidakadilan, para anggota unit atau kelompok kerja akan saling berdiskusi tentang pengalaman dan interpretasi mereka masing-masing terkait dengan peristiwa yang terjadi. Proses ini menghasilkan evaluasi kolektif terhadap keadilan di dalam kelompok kerja. Naumann dan Bennet (2000) juga menggunakan SIP dalam menjelaskan iklim keadilan prosedural. Anggota organisasi dalam satu kelompok yang sama memiliki kebijakan, pimpinan dan karakteristik kontekstual lainnya yang sama pula, sehingga mereka memiliki informasi bersama (*shared information*) dan membentuk persepsi bersama berkaitan dengan praktek keadilan dan prosedur di dalam kelompok kerja. Jadi, berdasarkan teori SIP, persepsi keadilan terbentuk karena adanya informasi yang diperoleh individu dari orang lain. Individu akan melakukan perubahan persepsi terhadap keadilan tergantung dari informasi dan pengalaman orang lain

Secara singkat, setiap variabel level individu bisa saja menjadi variabel level unit asalkan memenuhi persyaratan di atas. Pertama, variabel level unit termasuk ke dalam tipe shared unit properties yang sumber informasi utamanya berasal dari persepsi, kognisi, sikap dan perilaku individu yang konvergen. Kedua, memenuhi dua pendekatan yang diajukan oleh Morgesson dan Hoffman (1999) yaitu pendekatan struktural dan fungsional. Ketiga, ada teori atau pendekatan yang dapat menjelaskan secara ilmiah dan logis. Uraian di atas memberikan contoh mekanisme terbentuknya iklim keadilan yang pada mulanya adalah persepsi keadilan individu. Teori konstruksi dan interaksi sosial, teori ASA dan teori SIP dapat memberikan argumentasi yang logis dan ilmiah bahwa keadilan organisasional dapat diuji dan diukur pada level individu maupun level unit.

D. Isu Pengukuran dan Alat Analisis

Isu penting dalam penelitian multilevel dan lintas level adalah masalah pengukuran. Ada dua metode yang populer digunakan yaitu agregasi (*aggregation*) dan disagregasi (*disaggregation*). Agregasi secara sederhana berarti menaikan level individu menjadi level unit atau menggunakan skor individu untuk skor unit dengan merata-rata. Metode agregasi berarti memperlakukan data pada level individu untuk data level unit. Data pada level individu merepresentasikan data pada level unit. Misalnya penelitian yang ingin menguji pengaruh iklim keadilan

terhadap kinerja tim. Sampelnya adalah beberapa tim kerja dari berbagai organisasi, dan respondennya adalah individu di tiap-tiap tim. Individu diminta persepsinya tentang iklim keadilan dan kinerja tim di dalam timnya. Hasilnya adalah skor individu di tiap-tiap tim. Skor iklim keadilan dan kinerja tim yang merupakan variabel level unit diperoleh dengan cara merata-rata skor individu pada tiap tim, sehingga diperoleh skor tim. Skor tim inilah yang digunakan untuk menguji pengaruh iklim keadilan terhadap kinerja tim.

Disagregasi berkebalikan dengan agregasi, secara sederhana berarti menurunkan level unit menjadi level individu atau menggunakan skor unit atau tim untuk skor individu. Metode disagregasi berarti memperlakukan data pada level unit untuk data level individu. Data pada level unit merepresentasikan data pada level individu. Misalnya penelitian yang ingin menguji pengaruh kinerja tim terhadap *self-efficacy* anggota tim. Sampelnya adalah beberapa tim kerja dan respondennya adalah individu dan supervisor di tiap-tiap tim. Supervisor menilai kinerja tim, sedangkan individu menilai tentang *self-efficacy* dirinya. Hasilnya adalah skor kinerja tim dan skor *self-efficacy* tiap anggota dari berbagai tim. Jumlah data skor kinerja tim dan skor *self-efficacy* tidak sama, sehingga perlu melakukan disagregasi terhadap skor kinerja tim agar dapat dioperasikan secara statistik. Sehingga, tiap-tiap individu dalam satu tim memiliki skor yang sama terkait dengan kinerja tim.

Namun demikian, kedua metode pengukuran tersebut memiliki kelemahan. Metode disagregasi mengabaikan variansi data pada level unit sedangkan metode agregasi mengabaikan variansi data pada level individu. Kedua metode tersebut menyebabkan penyimpangan data karena mengabaikan adanya variansi di dalam unit (*within group*) dan variansi di antara unit (*between group*) (Hofmann, 1997; Hofmann et al., 2000). Oleh karena itu, perlu metode lain yang dapat mengatasi kelemahan tersebut. Salah satu metode dan alat analisis yang dapat digunakan adalah *Hierarchical linear modeling* karena tetap mempertimbangkan variansi di dalam unit dan variansi di antara unit (Hofmann, 1997). Metode tersebut tetap mempertimbangkan peran individu dan unit sekaligus.

Hierarchical linear modeling (HLM) adalah salah satu alat statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh multilevel dan lintas level serta data longitudinal. Alat statistik ini merupakan pengembangan lanjutan dari regresi atau *advanced multiple regression*. Pada mulanya HLM banyak digunakan dalam penelitian di bidang pendidikan yang sering meneliti pengaruh karakteristik sekolah atau kelas terhadap siswa. Seiring berkembangnya penelitian lintas level, multilevel dan longitudinal di bidang perilaku organisasional, HLM pun digunakan untuk menguji pengaruh organisasi atau tim terhadap sikap dan perilaku individu. Sebagai contoh misalnya penelitian untuk tema keadilan, sebagian penelitian terdahulu menggunakan HLM untuk menguji pengaruh lintas level iklim keadilan terhadap sikap dan perilaku individu seperti kepuasan kerja, komitmen,

perilaku kewarganegaraan, dan perilaku menolong. Seibert *et al*. (2004) menyatakan bahwa HLM merupakan alat analisis yang tepat untuk menguji model lintas level (*cross level*) yang di dalamnya ada variansi pada level individu dan variansi level kelompok dengan luaran level individu. Beberapa penelitian iklim keadilan organisasional juga telah menggunakan metode HLM seperti Mossholder *et al*. (1998), Naumann dan Bennet (2000), Liao dan Rupp (2005), Yang *et al*. (2007), Spell dan Arnold (2007), Mayer *et al*. (2007), dan Tangirala dan Ramanujam (2008).

Hofmann dan Stetzer (1996) dan Seibert *et al*. (2004) menyatakan bahwa secara substantif HLM merupakan pendekatan dua langkah. Langkah pertama adalah menguji perbedaan di antara grup untuk variabel dependen yang akan digunakan. Perbedaan di antara grup ini harus signifikan. Hal ini disebut dengan *null model of HLM* yang akan menghasilkan parameter intersep dari variabel dependen. Langkah kedua adalah menggunakan parameter intersep yang dihasilkan pada langkah pertama tersebut sebagai variabel luaran dengan variabel level grup sebagai antesedennya. Sebagai contoh, misalnya menguji hipotesis Iklim keadilan prosedural terhadap perilaku proaktif. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan dua langkah. Pertama, menguji perbedaan perilaku proaktif di antara kelompok yang ada. Langkah pertama ini akan menghasilkan parameter intersep yang akan digunakan sebagai variabel dependen. Kedua, menguji pengaruh iklim keadilan prosedural sebagai variabel independen dan parameter intersep sebagai variabel dependennya. Perangkat lunak (software) untuk menjalankan metode ini disebut dengan *HLM for Windows*. Saat ini, versi yang sering digunakan adalah HLM 7 yang dikembangkan oleh Raudenbush, Bryk dan Congdon (2002).

E. Arah Pengembangan Masa Datang

Pernyataan Kozlowksi dan Klein (2000) yang provokatif bahwa peneliti perilaku organisasional sebaiknya berpikir multilevel telah memberikan *insight* untuk pengembangan riset di masa selanjutnya. Penelitian multilevel dan lintas level terus bermunculan di berbagai jurnal empiris organisasi, manajemen, dan psikologi. Hal ini menunjukan bahwa para peneliti sudah mulai mengintegrasikan *micro* dan *Macro OB*, sehingga model empiris yang dihasilkan dapat menggambarkan fenomena secara nyata dan lebih lengkap. Penelitian multilevel dan lintas level masih perlu pengembangan di masa yang akan datang karena masih banyak fenomena yang belum diuji secara empiris. Pengaruh kelompok, tim atau unit kerja terhadap sikap dan perilaku individu masih perlu dikaji dari berbagai aspek. Contohnya adalah penelitian Robinson dan O'Really-Kelly (1998) yang menemukan bahwa perilaku antisosial kelompok memicu terbentuknya perilaku antisosial individu. Penelitian ini masih perlu dikembangkan, apakah hasilnya akan sama apabila perilaku yang diteliti

adalah perilaku positif, apakah emosi yang dirasakan kelompok juga akan mempengaruhi emosi individu, dan berbagai pertanyaan riset lainnya. Penelitian tersebut akan semakin berkembang apabila mempertimbangkan faktor pemoderasian atau pemediasian, misalnya nilai budaya dan kepribadian. Demikian pula halnya dengan penelitian yang menguji pengaruh organisasi terhadap kelompok atau tim kerja, atau pengaruh organisasi terhadap sikap dan perilaku individu, masih perlu pengembangan di masa yang akan datang. Akhirnya, konsekuensi positif dari berkembangnya penelitian multilevel dan lintas level yang mengintegrasikan *micro* dan *macro OB* adalah munculnya temuan empiris, konsep, dan teori baru dalam memahami fenomena yang terjadi di dalam organisasi.

Isu pengukuran untuk konstruk level unit, khususnya yang bertipe *shared unit properties*, juga akan menjadi arah pengembangan penelitian multilevel dan lintas level selanjutnya. Isu ini menjadi penting karena sumber informasinya berasal dari individu. Selama ini, kebanyakan pengukuran konstruk tersebut dilakukan dengan menggunakan instrumen yang biasa digunakan pada level individu yang kemudian dimodifikasi menjadi level unit. Contohnya adalah instrumen untuk mengukur iklim keadilan prosedural. Instrumen yang digunakan berasal dari berbagai pernyataan untuk mengukur keadilan prosedural level individu. Instrumen tersebut kemudian dimodifikasi dengan pendekatan *referent-shift consensus* (Chan, 1998). Butir pernyataan yang semula mengukur untuk level individu "Supervisor memperhatikan *hak-hak saya* pada saat mengeluarkan keputusan", diubah menjadi "Supervisor memperhatikan *hak-hak unit kerja* saya pada saat mengeluarkan keputusan". Metode ini dibenarkan secara ilmiah, hanya saja perlu hati-hati dalam proses memodifikasinya. Sehingga, proses tersebut menuntut uji validitas dan reliabilitas yang kuat (*robust*). Apabila secara validitas dan reliabilitas sudah teruji, maka konskuensi positifnya adalah lahirnya berbagai instrumen baru untuk mengukur konstruk level unit. Hal ini akan semakin berkembang pada masa yang akan datang karena banyak konstruk yang bertipe *shared unit properties* belum *well-established*.

Selain isu integrasi dan pengukuran, arah pengembangan masa yang akan datang juga terkait dengan alat analisis untuk menguji pengaruh multilevel dan lintas level. Uraian di atas menunjukan bahwa HLM dianggap sebagai alat analisis yang tepat untuk menguji penelitian multilevel dan lintas level. Selama ini, khususnya pengujian lintas level, kebanyakan penelitian menguji pengaruh langsung level yang lebih tinggi (misalnya: level unit) terhadap level yang lebih rendah (misalnya: level individu). Contohnya adalah penelitian tentang iklim keadilan yang menggunakan HLM seperti Mossholder *et al*. (1998), Naumann dan Bennet (2000), Liao dan Rupp (2005), Yang *et al*. (2007), Spell dan Arnold (2007), Mayer *et al*. (2007), dan Tangirala dan Ramanujam (2008). Kebanyakan penelitian tersebut masih menguji pengaruh

langsung iklim keadilan terhadap sikap dan perilaku individu seperti komitmen, perilaku kewarganegaraan, perilaku menolong dan kepuasan kerja. Penelitian-penelitian tersebut belum mempertimbangkan variabel pemediasian dan pemoderasian. Sehingga, arah pengembangan masa yang akan datang adalah penelitian lintas level yang menggunakan HLM dengan memasukan variabel pemediasian atau pemoderasian. Sebagai contoh misalnya menguji pengaruh iklim keadilan prosedural terhadap perilaku proaktif yang dimediasi oleh kepercayaan pada organisasi. Zhang et al. (2009) mengembangkan langkah-langkah teknis HLM untuk menguji model penelitian lintas level dengan variabel pemediasian seperti contoh tersebut. Berdasarkan Zhang et al. (2008) model tersebut berpola 2-1-1. Artinya, iklim keadilan prosedural diukur pada level unit, kepercayaan pada organisasi diukur pada level individu, dan perilaku proaktif diukur pada level individu. Pola lain yang ditawarkan adalah 2-2-1. Artinya, variabel independen diukur pada level unit, variabel pemediasian diukur pada level unit, dan variabel dependen diukur pada level individu. Kedua pola ini bisa menjadi pedoman bagi para peneliti dalam menguji pengaruh pemediasian pada penelitian lintas level dan multilevel yang menggunakan HLM.

F. Kesimpulan

Penelitian multilevel dan lintas level secara sederhana sebenarnya hanya membahas isu pengukuran. Hal ini terkait dengan perlakuan terhadap variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian, apakah diperlakukan pada level individu, unit atau organisasi. Masing-masing pilihan memiliki konsekuensi pada isu pengukurannya. Perubahan level individu menjadi level unit bukanlah masalah agregasi semata, begitu pula perubahan level unit menjadi level individu bukanlah masalah disagregasi. Tetapi, harus ada argumentasi logis dan ilmiah yang menjadi dasarnya. Uraian di atas telah memberikan contoh proses transformasi keadilan level individu menjadi iklim keadilan yang merupakan level unit. Ada argumentasi logis dan teori yang melandasi proses transformasi tersebut. Artinya, setiap variabel level individu memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi level unit asalkan memenuhi kriteria dan landasan teoritis yang logis.

Penelitian multilevel dan lintas level di bidang perilaku organisasional akan terus berkembang di masa yang akan datang. Beberapa isu yang dapat dikaji untuk pengembangan tersebut antara lain adalah isu integrasi micro OB dengan macro OB, integrasi antara level unit dengan level individu, integrasi antara karakteristik kelompok dengan sikap dan perilaku individu, dan integrasi level lainnya. Integrasi tersebut akan memicu temuan empiris, teori, dan konsep baru di bidang perilaku organisasional. Selain itu, pengembangan instrumen untuk pengukuran konstruk pada level unit juga menjadi peluang penelitian lintas level dan multilevel khususnya konstruk yang bertipe *shared unit properties*. Permasalahan agregasi dan disagregasi juga akan terus berkembang. Akhirnya,

modifikasi alat analisis HLM dengan memasukan variabel pemediasian dan pemoderasian juga akan menjadi agenda pengembangan selanjutnya. Jadi, sudah saatnya berpikir multilevel dan lintas level, agar fenomena di dalam organisasi dapat lebih tertangkap dengan jelas.

Daftar Pustaka

Chen, X.P., Lam, Simon S.K., Naumann, S.E., dan Schaubroeck, J. 2005. Group Citizenship Behavior: Conceptualization and Prelimenery Tests of its Antecedents and Consequences. *Management and Organization Review*, 2: 273-300.

Chohen-Charash, Y., dan Spector, P.E. 2001.The Role of Justice in Organizations: A Meta-Analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86: 278-321.

Colquitt, Jason A. 2001. On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure. *Journal of Applied Psychology*, 86: 386-400.

Hofmann, D. A., dan Stetzer, A. 1996. A Cross-level Investigation of Factors Influencing Unsafe Behaviors and Accidents. *Personnel Psychology*, 49: 307-339.

Hofmann, D. A. 1997. An Overview of the Logic and Rationale of Hierarchical Linear Models. *Journal of Management*, 23: 723–744.

Hofmann, D.A., Griffin, M.A., dan Gavin, M.B. 2000. The Application of Hierarchical Linear Modeling to Organizational Research. In K. J. Klein & S. W. J. Kozlowski (Eds.), *Multilevel theory, research, and methods in organizations*: 467-511. San Francisco: Jossey-Bass.

Kozlowski, S., dan Klein, K. 2000. A multilevel approach to theory and research in organizations: Contextual, temporal, and emergent processes. In K. J. Klein & S. W. J. Kozlowski (Eds.), *Multilevel theory, research, and methods in organizations*: 3-90. San Francisco: Jossey-Bass.

Li, Andrew dan Cropanzano, Russell. 2009. Fairness at the Group Level: Justice Climate and Intraunit Justice Climate. *Journal of Management*, 35: 564-599.

Liao, Hui dan Rupp, Deborah E. 2005.The Impact of Justice Climate and Justice Orientation on Work Outcomes: A Cross-Level Multifoci Framework. *Journal of Applied Psychology*, 90: 242-256.

Mayer, David, Nishii, L., Schneider, B., dan Goldstein, H. 2007. The Precursors and Products of Justice Climates: Group Leader Antecedents and Employee Attitudinal Consequences. *Personnel Psychology*, 60: 929-963.

Morgeson, F.P., dan Hofmann, D.A. 1999. The Structure and Function of Collective Constructs: Implications for Multilevel Research and Theory Development. *Academy of Management Review*, 24: 249-265.

Mossholder, Kevin W., Bennett N., dan Martin, C.L. 1998. A Multilevel Analysis of Procedural Justice Context. *Journal of Organizational Behavio*r, 19:131-141.

Mowday, Richard T., dan Sutton, Robert I. 1993. Organizational Behavior: Linking Individuals and Groups to Organizational Contexts.

Annual Review of Psychology, 44: 195-229.

Naumann, Stefanie E. dan Bennett, Nathan. 2000. Case for Procedural Justice Climate: Development and Test of a Multilevel Model. *Academy of Management Journal*, 43: 881-889.

Roberson, Quinetta M. 2006a. Justice in Teams: The Activation and Role of Sensemaking in the Emergence of Justice Climates. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100: 177-192.

Roberson, Quinetta M. 2006b. Justice in Teams: The Effects of Interdependence and Identification on Referent Choice and Justice Climate Strength. *Social Justice Research*, 19: 323-344.

Salancik, Gerald R., dan Pfeffer, Jeffrey. 1978. Social Information Processing Approach to Job Attitudes and Task Design. *Administrative Science Quarterly*, 23: 224-253.

Schnake, M. E., dan Dumler, M.P. 2003. Level of Measurement and Analysis Issues in Organizational Citizenship Behavior Research. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76: 283-301.

Schneider, Benjamin. 1987. The People Make The Place. *Personnel Psychology*, 40: 437-453.

Seibert, S. E., Silver, S. R., dan Randolph, W. A. 2004. Taking Empowerment to the Next Level: A Multiple-level Model of Empowerment, Performance, and Satisfaction. *Academy of Management Journal*, 47, 332-349.

Simons, Tony dan Roberson, Quinetta. 2003. Why Managers Should Care About Fairness: The Effects of Aggregate Justice Perceptions on Organizational Outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 88: 432-443.

Spell, Chester S., dan Arnold, T.J. 2007. A Multi-Level Analysis of Organizational Justice Climate, Structure, and Employee Mental Health. *Journal of Management*, 33: 724-751.

Tangirala, Subrahmaniam dan Ramanujam, Rangaraj. 2008. Employee Silence of Critical Work Issues: The Cross Level Effects of Procedural Justice Climate. *Personnel Psychology*, 61: 37-68.

Walumbwa, F.O., Hartnell, C.A., dan Oke, A. 2010. Servant Leadership, Procedural Justice Climate, Service Climate, Employee Attitudes, and Organizational Citizenship Behavior: A Cross-Level Investigation. *Journal of Applied Psychology*, 95: 517 – 529.

Xie, Jia Lin dan Johns, Gary. 2000. Interactive Effects of Absence Culture Salience and Group Cohesiveness: A Multilevel and Cross Level Analysis of Work Absenteism in the Chinese Context. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73: 31-52.

Yang, Jixia, Mossholder, K.W., dan Peng, T.K. 2007. Procedural Justice Climate and Group Power Distance: An Examination of Cross-Level Interaction Effects. *Journal of Applied Psychology*, 92: 681-692.

Zhang, Z., Zyphur, M.J. dan Preacher, K.J. 2009. Testing

Multilevel Mediation Using Hierarchical Linear Models : Problems and Solutions. *Organizational Research Methods.* 12: 695-719.

THE EFFECT OF JOB INVOLVEMENT AND ORGANIZATION'S COMMITMENT TO THE MANAGEMENT OF CHANGE (STUDY IN DIVISION OF MINERAL PT HARITA GROUP)

Tri Prihatini K.[1)]
Sarah Indah Wardani[2)]
E-mail : prihatini_ek@yahoo.com
[1)] Lecturer in Perbanas Institute
[2)] Alumni S1 Manajemen Perbanas Institute

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of job involvement and organization's commitment to management of change in the Division of Mineral PT Harita Group partially and simultaneously. There are2 (two) independent variables, which are job involvement and organizational commitment to test its effect on the dependent variable which is the management of change. Partially, the results (t-test) showed that the independent variables do not significantly affect the management of change, it is evident from the calculated value oft<t-table or(-0.062 <2.012), where as organizational commitment variables significantly influence the management of change is evident from the calculated value of t > t-table or (4.014> 2, 012). Simultaneously (F test) showed that there is significant influence between job involvement and organizational commitment to management of change, as evidenced by the value of F calculated > F-table or(10.490>3.20).
Keywords: *Job involvement, organizational commitment, management of change*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterlibatan kerja dan komitmen Organisasi terhadap manajemen perubahan pada Divisi Mineral PT Harita Group secara parsial dan simultan. Terdapat 2 (dua) variabel bebas (*independent variable*) yaitu keterlibatan kerja dan komitmen organisasi untuk diuji pengaruhnya terhadap variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu Manajemen Perubahan. Hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukan bahwa variabel bebas keterlibatan kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen perubahan, terbukti dari nilai t-hitung < t-tabel atau (-0,602 < 2,012), sedangkan variabel komitmen organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen perubahan, terbukti dari nilai t-hitung > t-tabel atau (4,014 > 2,012). Adapun secara simultan (uji F) menunjukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keterlibatan kerja dan komitmen organisasi terhadap manajemen perubahan, terbukti dari nilai F-hitung > F-tabel atau (10,490 > 3,20).
Kata kunci: keterlibatan kerja, komitmen organisasi, manajemen perubahan

PENDAHULUAN

Setiap individu dalam berorganisasi dapat berinteraksi dengan semua struktur yang terkait baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung kepada organisasi yang mereka pilih. Agar dapat berinteraksi secara efektif setiap individu bisa berpartisipasi pada organisasi yang bersangkutan. Partisipasi dapat diartikan sebagai keterlibatan mental, pikiran, dan emosi atau perasaan seseorang dalam situasi kelompok yang mendorongnya untuk memberikan sumbangan kepada kelompok dalam usaha mencapai tujuan serta turut bertanggung jawab terhadap usaha yang bersangkutan.

Menurut Brown (1996), seorang karyawan dikatakan terlibat dalam pekerjaannya apabila karyawan tersebut dapat mengidentifikasikan diri secara psikologis dengan pekerjaannya dan menganggap kinerjanya penting untuk dirinya, selain untuk organisasi. Sedangkan komitmen organisasi menurut Robbins (2001:140) didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi tersebut. Jika seorang karyawan terlibat dalam pekerjaannya dan menganggap bahwa pekerjannya penting baik bagi dirinya maupun bagi organisasi, diharapkan karyawan tersebut dapat lebih berkomitmen dan ingin mempertahankan keanggotaannya dalam suatu organisasi.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai nilai kolektivistik tinggi dimana kepentingan kelompok berada di atas kepentingan individu, sehingga dapat dikatakan sistem tim kerja lebih dominan dibandingkan dengan sistem yang bersifat individualistik. Kondisi ini cukup berakibat terhadap kesiapan berubah pada karyawan di Indonesia, termasuk di industri pertambangan. Dengan kondisi kerja yang memerlukan tenaga-tenaga ahli untuk ditugaskan di daerah-daerah pertambangan, diharapkan komitmen organisasi dalam perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan dapat lebih ditingkatkan. Karena kondisi tempat kerja yang cukup sulit, maka diperlukan komitmen organisasi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka di dalam kesempatan ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian empiris mengenai "Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Manajemen Perubahan (Studi pada Divisi Mineral PT. Harita Group)".

Landasan Teori

Keterlibatan Kerja

Seorang karyawan dikatakan terlibat dalam pekerjaannya apabila karyawan tersebut dapat mengidentifikasikan diri secara psikologis dengan pekerjaannya dan menganggap kinerjanya penting untuk dirinya, selain untuk organisasi (Brown, 1996). Selain itu, menurut Sashkin (1984) dalam Kartiningsih (2007) keterlibatan kerja juga didefinisikan sebagai suatu proses partisipasi yang menggunakan seluruh kapasitas karyawan yang dirancang untuk meningkatkan komitmen bagi kesuksesan organisasi.

Menurut Blau dan Boal (1987) dalam Kartiningsih (2007), keterlibatan kerja pada prakteknya berkaitan erat dengan tingkat absensi, tingkat pengunduran diri dan keinginan berpartisipasi dalam suatu tim atau kelompok kerja. Blau dan Boal juga memberikan konsep apabila tingkat keterlibatan kerja dan komitmen organisasi tidak diperhatikan akan menyebabkan terjadinya *turnover* dan kemangkiran (absen).

Faktor-faktor keterlibatan kerja dilihat dari sejauh mana seorang karyawan ikut berpartisipasi dengan seluruh kemampuannya dalam membuat peningkatan kesuksesan suatu organisasi atau perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat dipakai untuk melihat keterlibatan kerja seorang karyawan, dimana faktor-faktor ini telah banyak digunakan para ahli untuk studi-studi keterlibatan kerja (Robbins,2003) sebagai berikut: 1) aktif berpartisipasi dalam pekerjaannya; 2) menunjukkan pekerjaannya sebagai yang utama; 3) melihat pekerjaannya sebagai sesuatu yang penting bagi harga diri

Komitmen Organisasi

Menurut Robbins (2001:140) komitmen organisasi didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi tersebut. Sedangkan menurut Mathis & Jackson (2001:99) komitmen organisasional adalah tingkat kepercayaan dan penerimaan tenaga kerja terhadap tujuan organisasi dan mempunyai keinginan untuk tetap ada di dalam organisasi tersebut.

Menurut Luthans (2002:236) bahwa sebagai suatu sikap, komitmen organisasi merupakan suatu hasrat atau motif yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi; suatu keinginan untuk menunjukkan usaha tingkat tinggi atas nama organisasi; dan keyakinan yang kuat dalam menerima nilai-nilai dan tujuan-tujuan organisasi. Lebih lanjut Reichers (Greenberg and Baron, 1997:191) menyatakan bahwa ada dua motif yang mendasari seseorang untuk berkomitmen pada organisasi atau unit kerjanya, antara lain: 1) *Side-Best Orientation,* memfokuskan pada akumulasi dari kerugian yang dialami atas segala sesuatu yang telah diberikan oleh individu pada organisasi apabila meninggalkan organisasi tersebut; 2) *Goal-Congruence Orientation,* memfokuskan pada tingkat kesesuaian antara tujuan personal individu dan organisasi sebagai hal yang menentukan komitmen pada organisasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi, menurut Angle dan Perry (Temaluru, 2001:458), komitmen terhadap organisasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni masa kerja (*tenure*) seseorang pada organisasi tertentu. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) makin lama seseorang bekerja pada suatu organisasi, semakin memberi ia peluang untuk menerima tugas-tugas yang lebih menantang, otonomi yang lebih besar, keleluasaan bekerja, tingkat imbalan ekstrinsik yang lebih tinggi, dan peluang menduduki jabatan atau posisi yang lebih tinggi; 2) makin lama seseorang bekerja

pada suatu organisasi, peluang investasi pribadi (pikiran, tenaga dan waktu) untuk organisasi semakin besar; dengan demikian, semakin sulit untuk meninggalkan organisasi tersebut; 3) keterlibatan sosial individu dalam dengan organisasi dan masyarakat di lingkungan organisasi tersebut semakin besar, yang memungkinkan memberikan akses yang lebih baik dalam membangun hubungan-hubungan sosial yang bermakna, menyebabkan individu segan untuk meninggalkan organisasi; 4) mobilitas individu berkurang karena lama berada pada suatu organisasi, yang berakibat kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan lain makin kecil. Beberapa karakteristik pribadi dianggap memiliki hubungan dengan komitmen,

Penelitian yang dilakukan Mowday, Porter, dan Steers (Temaluru, 2001:458-460) menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi komitmen seseorang terhadap organisasi, diantaranya adalah: 1) usia dan masa kerja; 2) tingkat pendidikan; 3) jenis kelamin; 4) peran individu tersebut di organisasi; 5) faktor lingkungan pekerjaan organisasi. Beberapa faktor lingkungan yang berkaitan dengan komitmen adalah: keterandalan organisasi, perasaan dipentingkan oleh organisasi, realisasi harapan individu, persepsi tentang sikap terhadap rekan kerja, persepsi tentang gaji, persepsi terhadap perilaku atasan.

Dimensi komitmen organisasi menurut Allen dan Meyer (1990:235) diklasifikasikan dalam tiga dimensi. Dimensi tersebut sebagai berikut: 1) komitmen afektif (*affective comitment*); 2) komitmen berkelanjutan (*continuence commitment*); 3) komitmen normatif (*normative commitment*).

Manajemen Perubahan

Menurut Ardana, Mujiati dan Sriathi (2009:180) manajemen perubahan berarti mengantisipasi, menanggapi dan mengambil inisiatif untuk memastikan agar perubahan dan proses-proses perubahan dapat berlangsung dengan cara yang mendukung kesepakatan dan keberhasilan pencapaian sasaran-sasaran. Manajemen Perubahan adalah upaya yang dilakukan untuk mengelola akibat-akibat yang ditimbulkan karena terjadinya perubahan dalam organisasi. Selain itu, manajemen perubahan juga didefinisikan sebagai pendekatan terstruktur dalam rangka membawa sebuah organisasi dari kondisi saat ini (*current state*) ke masa depan yang diinginkan (*desired future state*) dan merupakan proses yang ditujukan untuk memberdayakan karyawan supaya bisa menerima dan menjalankan perubahan dari kondisi saat ini (Widayanto, 2011).

Sumber penolakan atas perubahan dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu penolakan yang dilakukan oleh individual dan yang dilakukan oleh kelompok atau organisasional. Resistensi individual pada umumnya disebabkan oleh kebiasaan, rasa aman, faktor ekonomi, ketidakpastian dan persepsi. Sedangkan resistensi organisasional biasanya bersumber dari inersia struktural, fokus perubahan berdampak luas, inersia kelompok kerja, ancaman terhadap keahlian, ancaman terhadap hubungan

kekuasaan yang telah mapan dan ancaman terhadap alokasi sumberdaya.

Terdapat lima tahapan yang dikembangkan oleh Prosci mengenai manajemen perubahan yaitu dengan apa yang biasa disebut dengan ADKAR model: 1) ***awareness***, yaitu tahap untuk membangkitkan kesadaran karyawan terhadap perubahan yang direncanakan akan terjadi; 2) ***desire***, yaitu tahap dimana karyawan sudah mulai memiliki "keinginan untuk berubah" sesuai dengan rencana; 3) ***knowledge***, yaitu tahapan dimana tak hanya karyawan memahami tujuan perubahan dan pentingnya hal itu untuk perusahaan tapi juga mengetahui bagaimana menjalankannya; 4) ***ability***, yaitu tahap dimana karyawan diharapkan telah memiliki kemampuan untuk menjalankan perubahan dengan baik; 5) ***reinforcement***, yaitu tahap dimana perubahan yang sudah dijalankan untuk tetap dipertahankan dan bahkan disempurnakan.

Kelima tahapan tersebut digambarkan oleh ilustrasi sebagai berikut:



Gambar 1 Tahapan dalam Manajemen Perubahan

Banyak masalah yang bisa terjadi ketika perubahan akan dilakukan. Masalah yang paling sering dan menonjol adalah "penolakan atas perubahan itu sendiri". Istilah yang sangat populer dalam manajemen adalah resistensi perubahan (*resistance to change*). Penolakan atas perubahan tidak selalu negatif karena justru dengan adanya penolakan tersebut maka perubahan tidak bisa dilakukan secara sembarangan.

Penolakan atas perubahan tidak selalu muncul dipermukaan dalam bentuk yang standar. Penolakan bisa jelas kelihatan (eksplisit) dan segera, misalnya mengajukan protes, mengancam mogok, demonstrasi, dan sejenisnya; atau bisa juga tersirat (implisit), dan lambat laun, misalnya loyalitas pada organisasi berkurang, motivasi kerja menurun, kesalahan kerja meningkat, tingkat absensi meningkat, dan lain sebagainya.

Sumber penolakan atas perubahan dapat dikategorikan menjadi dua,

yaitu penolakan yang dilakukan oleh individual dan yang dilakukan oleh kelompok atau organisasional. Hal-hal yang menjadi potensi sebagai sumber penolakan atas perubahan antara lain adalah persoalan kepribadian, persepsi, dan kebutuhan. Adapun resistensi individual pada umumnya disebabkan oleh: 1) kebiasaan; 2) rasa aman; 3) faktor ekonomi; 4) ketidakpastian; 5) persepsi

Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Kegunaannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran untuk mendukung kegiatan penelitian berikutnya. Tabel 2.1 berikut merupakan hasil penelitian terdahulu yang menjadi dasar bagi penulis.

Tabel 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ciliana dan Mansoer (2008)	Pengaruh Kepuasan Kerja, Keterlibatan Kerja, Stres Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kesiapan untuk Berubah Pada Karyawan PT. Bank Y	**Independen**: Kepuasan Kerja Keterlibatan Kerja Stres Kerja Komitmen Organisasi **Dependen**: Kesiapan untuk Berubah	Adanya pengaruh yang bermakna dari kepuasan kerja, keterlibatan kerja, stres kerja, dan komitmen organisasi terhadap kesiapan untuk berubah
2.	Periantalo & Mansoer (2008)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Untuk Berubah Pegawai di Dirjen PQR	**Independen**: Keadilan Organisasi Dukungan Organisasi Iklim Psikologis Komitmen Organisasi **Dependen**: Kesiapan untuk Berubah	Keadilan organisasi, dukungan organisasi dan iklim psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesiapan untuk berubah. Sedangkan, komitmen organisasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

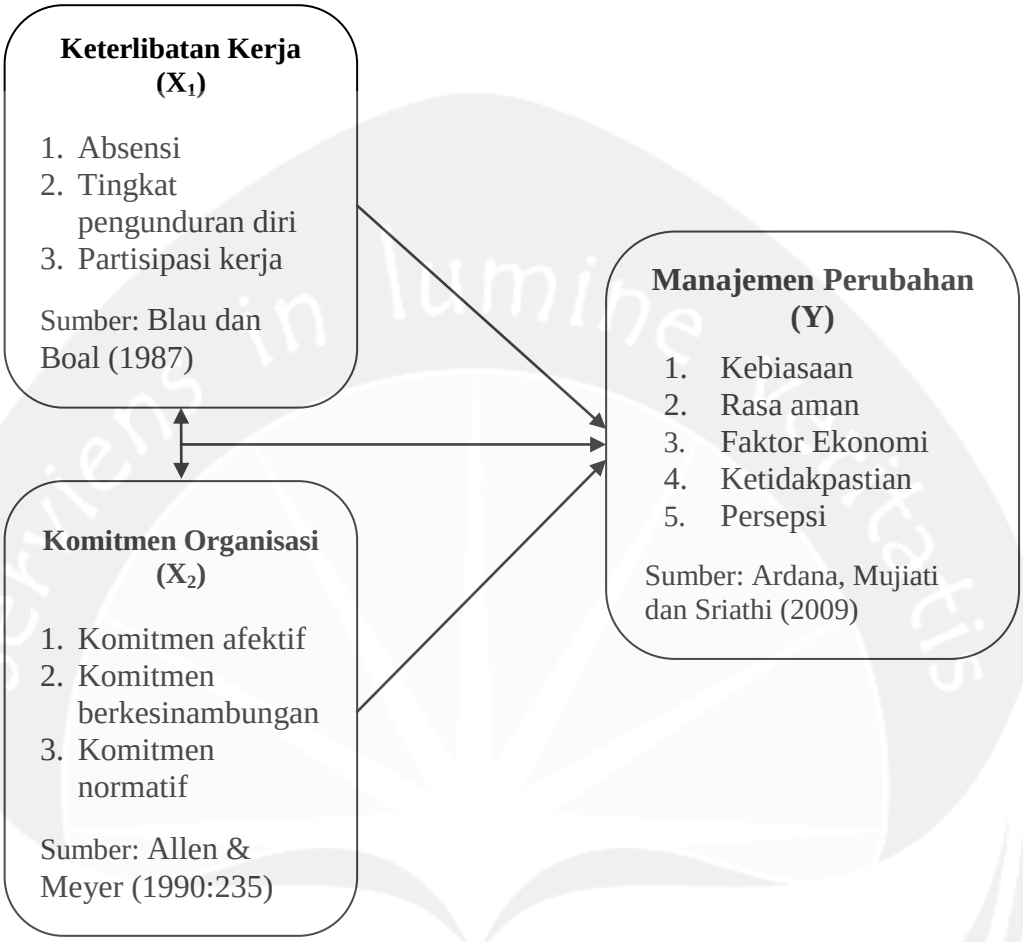
				kesiapan untuk berubah
3.	Januarti & Bunyaanudin (2006)	Pengaruh Komitmen Organisasi dan Keterlibatan Kerja Terhadap Hubungan Antara Etika Kerja Islam dengan Sikap Terhadap Perubahan Organisasi	**Independen**: Etika Kerja Islam **Moderator**: Komitmen Organisasi Keterlibatan Kerja **Dependen**: Sikap terhadap Perubahan Organisasi	Interaksi antara keterlibatan kerja sebagai variabel moderator dengan etika kerja Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap perubahan organisasi. Selain itu, interaksi antara komitmen organisasi sebagai variabel moderator dengan etika kerja Islam berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap sikap terhadap perubahan organisasi

Sumber: Peneliti (2012)

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil kajian teori tersebut, penulis mengembangkan kerangka pemikiran teoritis bahwa dapat terjadi hubungan antara keterlibatan kerja dengan manajemen perubahan, yaitu jika seorang karyawan terlibat dalam pekerjaannya dan berpartisipasi dalam berbagai kesempatan pembuatan keputusan yang berhubungan dengan perubahan yang akan dilakukan, maka dapat menumbuhkan keyakinan pada karyawan bahwa apa yang telah diputuskan adalah merupakan keputusan bersama sehingga penolakan terhadap perubahan dapat diminimalisir. Selain itu, dapat terjadi hubungan antara komitmen organisasi dengan manajemen perubahan, yaitu jika seorang karyawan memiliki keinginan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi maka karyawan tersebut akan berusaha sebaik mungkin dalam mengikuti perubahan yang dilakukan oleh organisasi sehingga penolakan terhadap perubahan juga dapat diminimalisir.

Adapun kerangka pemikiran teoritis tersebut dapat dilihat dalam skema diagram berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Teori

H01: Variabel keterlibatan kerja tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel manajemen perubahan

Ha1 Variabel keterlibatan kerja mempunyai pengaruh terhadap variabel manajemen perubahan.

H02 Variabel komitmen organisasi tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel manajemen perubahan

Ha2 Variabel komitmen organisasi mempunyai pengaruh terhadap variabel manajemen perubahan

H03 Variabel keterlibatan kerja dan komitmen organisasi secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen perubahan

Ha3 Variabel keterlibatan kerja dan komitmen organisasi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap manajemen perubahan

Metode Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah keterlibatan kerja dan komitmen

organisasi, sedangkan variabel terikatnya (*dependent variable*) adalah manajemen perubahan.

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Skala
Keterlibatan Kerja	Karyawan dapat mengidentifikasikan diri secara psikologis dengan pekerjaannya dan menganggap kinerjanya penting untuk dirinya, selain untuk organisasi	- Absensi - Tingkat pengunduran diri - Partisipasi kerja	Rasio
Komitmen Organisasi	Keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi tersebut	- Komitmen afektif - Komitmen berkesinambungan - Komitmen normatif	Rasio
Manajemen Perubahan	Suatu proses mengantisipasi, menanggapi dan mengambil inisiatif untuk memastikan agar perubahan dan proses-proses perubahan dapat berlangsung dengan cara yang mendukung kesepakatan dan keberhasilan pencapaian sasaran-sasaran	- Kebiasaan - Rasa aman - Faktor Ekonomi - Ketidakpastian - Persepsi	Rasio

Sumber: peneliti (2012)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Non Probabilty Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya peneliti menggunakan metode sampling jenuh atau sensus, yaitu seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian adalah 50 karyawan divisi mineral PT. Harita Group.

4. Pembahasan hasil Penelitian

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.423	3.758		5.435	.000
	Keterlibatan Kerja	-.115	.191	-.091	-.602	.550
	Komitmen Organisasi	.731	.182	.604	4.014	.000

Sumber: data diolah (2012)

Mengacu pada hasil pengolahan data pada tabel 3 di atas, maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 20{,}423 – 0{,}115\ X_1 + 0{,}731\ X_2$

Hasil uji individu (t) bertujuan untuk menguji signifikansi konstan dari setiap variabel bebas, dengan anggapan variabel bebas lainnya konstan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Analisis Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.423	3.758		5.435	.000		
	Keterlibatan Kerja	-.115	.191	-.091	-.602	.550	.649	1.542
	Komitmen Organisasi	.731	.182	.604	4.014	.000	.649	1.542

a. Dependent Variable: Manajemen Perubahan

Sumber: data diolah (2012)

Berdasarkan hasil uji t terlihat bahwa pada variabel keterlibatan kerja nilai t hitung < t tabel atau (-0,602 < 2,012), berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, variabel keterlibatan kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen perubahan. Sedangkan pada variabel komitmen organisasi nilai t hitung > t tabel atau (4,014 > 2,012), berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, variabel komitmen organisasi berpengaruh secara signifikan (Sig. 0,000 < 0,050) terhadap manajemen perubahan.

Tabel 5 Hasil Analisis Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.564	2	123.782	10.490	.000[b]
	Residual	554.616	47	11.800		
	Total	802.180	49			

a. Dependent Variable: Manajemen Perubahan
b. Predictors: (Constant), Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja
Sumber: data diolah (2012)

Hasil uji global (uji F) diperoleh hasil F hitung > F tabel atau 10,490 > 3,20. Maka, hal ini berarti H_o ditolak dan H_a diterima, yaitu variabel keterlibatan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap manajemen perubahan pada divisi mineral PT Harita Group.

Hasil pengujian statistik untuk koefisien determinasi berganda (R^2) ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.556[a]	.309	.279	3.435	2.304

a. Predictors: (Constant), Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja
b. Dependent Variable: Manajemen Perubahan
Sumber: data diolah (2012)

R Square pada tabel hitung sebesar 30,9 persen, maka kontribusi variabel bebas yaitu keterlibatan kerja dan komitmen organisasi terhadap manajemen perubahan adalah sebesar 30,9 persen. Sisanya sebesar 69,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keterlibatan kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel manajemen perubahan, sedangkan variabel komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel manajemen perubahan.

Secara simultan, hasil penelitian ini menunjukan bahwa keterlibatan kerja dan komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen perubahan di Divisi Mineral PT. Harita Group.

Rekomendasi

Kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Oleh sebab itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar dapat menambah beberapa variabel yang mungkin berpengaruh terhadap manajemen perubahan dan juga melakukan perbandingan dengan penelitian yang sudah ada untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap manajemen perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Syafaruddin. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Stategi Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Ciliana & Wilam D. Mansoer. 2008. Pengaruh Kepuasan Kerja, Keterlibatan Kerja, Stres Kerja, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kesiapan Untuk Berubah Pada Karyawan Pt Bank Y. *JPS.* Vol. 14 No. 02. Mei. Hal 151-164.

Januarti, Indira & Ashari Bunyaanudin. 2006. Pengaruh Komitmen Organisasi dan Keterlibatan Kerja Terhadap Hubungan Antara Etika Kerja Islam dengan Sikap Terhadap Perubahan Organisasi. *JAAI.* Vol. 10 No. 1. Juni. Hal 13-26.

Mathis, Robert & Jhon H. Jackson. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

McKenna, Eugene & Nic Beech. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.

Periantalo, Jelpa dan Wilman D. Mansoer. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Untuk Berubah Pegawai di Dirjen PQR. *JPS.* Vol. 14 No. 03. September. Hal. 195-203.

Purba, Debora Eflina & Ali Nina Liche Seniati. 2004. Pengaruh Kepribadian dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behaviour. *Makara, Sosial Humaniora,* Vol. 8, No. 03: 105-111.

Robbins, Stephen P. & Judge Timothy A. 2008. *"Perilaku Organisasi" Organizational Behavior*, Buku I, Edisi 12. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Stewart, Jim. 1997. *Mengelola Perubahan Melalui Pelatihan dan Pengembangan*. Jakarta: PT. Gramedia.

Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

DIMENSI RELIGIUSITAS DAN PENGARUHNYA TERHADAP *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR*

(Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)

Wahyudin, S.Ag, M.Si[1)], Larisa Pradisti, SE, M.Si[1)]Drs. Sumarsono, M.Si[1)], Siti Zulaikha Wulandari, SE, M.Si[1)]

E-mail: zulaikhaw@ymail.com

[1)]Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

Religious activities are closely related to religiosity, not only occur when performing rituals (worship), but also other activities. Thus, religiosity could predict a person's behavior at work. Willingness to undertake voluntary workshows that people want to do things that they're no this responsibility. Known as organizational citizenship behavior (OCB) will be very beneficial to the organization. In order to achieve Unsoed as World Class Civic University, the support of all parties, both academics and managers (the administration) is very important. All members of the organization are in demand to deliver the best performance of the willingness of the people in the organization to contribute positively, not merely in a formal job requirement, but ideally more than formal obligations (OCB). This study aims to analyze the influence of organizational citizenship dimensions of religiosity on behavior (OCB) and analyze the dimensions of religiosity influence on organizational citizenship behavior (OCB) as well as knowing the conditions and OCB Religiuistasis in Unsoed. To determine the effect of the variables the study used multiple linear regression analysis, whereas to determine the effect of the independent variable on the dependent variable used the elasticity test. To determine the condition of religiosity and OCB in Unsoed used a qualitative descriptive analysis. The results prove that the dimension of religiosity that ritual dimension (X1), the ideological dimension(X2), the intellectual dimension(X3), and the dimensions of experience (X4) does not significantly affect the OCB, the influence of the independent variables that most effect on OCB is the dimension of the consequences (X5).

Keywords: *organizational citizenship behaviour, ritual dimension, the ideological dimension, the intellectual dimension, dimensions of experience, consequences.*

ABSTRAK

Aktifitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain. Dengan demikian, religiusitas dapat memprediksi perilaku seseorang dalam bekerja. Kesediaan untuk melakukan pekerjaan sukarela menunjukkan bahwa orang mau melakukan hal-hal yang sebetulnya bukan menjadi tanggung jawabnya.yang dikenal dengan istilah *organizational citizenship behavior*(OCB) ini akan sangat bermanfaat bagi

organisasi.Dalam upaya mencapai Unsoed sebagai *World Class Civic University*, dukungan seluruh pihak baik civitas academica maupun pengelola (bagian administrasi) merupakan hal yang sangat penting. Seluruh anggota organisasi di tuntut untuk memberikan kinerja yang terbaik yaitu kesediaan orang-orang dalam organisasi untuk berkontribusi secara positif, tidak hanya terbatas dalam kewajiban kerja secara formal, melainkan idealnya lebih dari kewajiban formalnya (OCB).
Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh Dimensi Religiusitas terhadap *organizational citizenship behavior*(OCB) dan menganalisis Dimensi Religiusitas yang paling berpengaruh terhadap *organizational citizenship behavior*(OCB) serta mengetahui kondisi Religiuistas dan OCB yang ada di Unsoed.Untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian digunakan Analisis Regresi linierer berganda, sedangkanntuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang paling besar terhadap variabel terikat digunakan Uji Elastisitas. Untuk mengetahui kondisi religiusitas dan OCB di Unsoed digunakan analisis deskriptif kualitatif.Hasil penelitian membuktikan bahwaDimensi Religiusitas yaitu dimensi ritual (X1), dimensi ideologis (X2), dimensi intelektual (X3), dan dimensi pengalaman (X4)tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *OCB*, pengaruh variabel bebas yang paling besar terhadap OCB adalah dimensi konseuensi (X5).

Keywords:*OrganizationalCitizenship Behaviour* (OCB), Dimensi Ritual, Dimensi Ideologis, Dimensi Intelektual, Dimensi Pengalaman, Konsekuensi.

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam merupakan masyarakat religius yang berpegang pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran agamanya dalam sikap atau tingkah laku serta keadaan hidup pada umumnya (Daradjat 1975). Perilaku masyarakat Indonesia yang religius dapat dilihat dari adanya kenyataan yang menunjukkan kepedulian yang sangat tinggi terhadap isu agama. Pada umumnya, masyarakat Indonesia suka dengan produk yang mengusung simbol-simbol agama, dan ritual-ritual keagamaan yang banyak dilakukan. Kesempurnaan manusia tidak diukur secara individual, tetapi juga bagaimana keadaannya di tengah makhluk lain serta bagaimana tingkat keharmonisannya dalam hubungannyasecara vertikal dengan Sang Pencipta, atau lebih lanjut disebut dengan religiusitas. Dengan demikian individu yang ideal adalah individu yang bisa berhubungan secara harmonis dengan dirinya sendiri, dan secara horizontal harmonis dengan orang lain atau masyarakat, serta secara vertikal berhubungan secara harmonis dengan Tuhannya. Setiap agama mengajarkan kebaikan bagi setiap pemeluknya, maka seseorang yang mempunyai religiusitas yang tinggi akan selalu berusaha berbuat baik dengan menolong sesamanya dan berperilaku altruis atau sosial (Saputro,2006).

Religiusitas dapat didefinisikan sebagai kekuatan hubungan atau keyakinin seseorang terhadap agamanya. (King, 1996). Atau,

secara sederhana dapat dikatakan bahwa religiusitas adalah tingginya keyakinan seseorang. Religiusitas menurut Suhardiyanto (2001) adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendakinya (larangannya). Dalam pengertian lain, religiusitas adalah intensitas keberagamaan, dimana dalam hal ini pengertian intensitas adalah ukuran atau tingkat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1996). Religiusitas dapat digambarkan sebagai adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan agama sebagai unsur afektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik. (Rahmat, 1996).

Aktifitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin (Jalaludin, 2001). Jadi, sikap religiusitas merupakan integrasi secara komplek antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang**.** Menurut R. Stark dan C.Y. Glock dalam Ancok (1996), religiusitas mempunyai lima dimensi yang terdiri dari : a). *Dimensi Ritual (syari'ah);* b) Dimensi ideologis (*aqidah);* c) Dimensi Intelektual (ilmu); d) Dimensi pengalaman atau penghayatan (*experiential*) dan Dimensi konsekuensial (pengamalan).

Hubungan antara religiusitas dan pekerjaan dalam literatur barat yang sekuler sering dianalogikan seperti "minyak dan air" untuk merepresentasikan bahwa kedua hal tersebut berada dalam dua domain yang tidak dapat bahkan atau tidak seharusnya bercampur. Hill and Smith (2002) menemukan bukti bahwa selama dekade antara tahun 1994 sampai dengan tahun 2004, persentase karyawan yang mulai merasakan bahwa mereka membutuhkan pengalaman spiritual dalam pekerjaannya semakin meningkat, dari 30% menjadi 78%. Karena perubahan yang dramatis ini, peneliti organisasional telah memulai melakukan riset yang meneliti tentang pengaruh religiusitas dan spiritualitas terhadap hasil kerja atau kinerja individu. Beberapa studi terbaru telah menguji hubungan antara keyakinan religious (dan spiritual) dengan Vriabel-variabel seperti : *job performance* (Pfeffer,J.,2002); *organization-based self-esteem* (Milliman,Czaplewski,Ferguson, 2003) dan *organizational frustration*(Kolodinsky,Giacalone,Jurkiewicz.,2008) serta *job commitment* (Roundy, 2009).

Beberapa penelitian juga menguji hubungan antara religiosity, religious involvement. Penelitian Saputro (2006) menguji pengaruh religiusitas mahasiswa terhadap perlaku sukerela (altruis). Hasil penelitiannya membuktikan bahwa mahasiswa yang religius akan selalu berusaha melakukan perbuatan baik secara sukarela seperti menolong orang lain atau mencintai orang lain. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Benson (dalam Myers 1996) yang

menemukan bahwa mahasiswa yang mempunyai komitmen religius yang tinggi menghabiskan waktu kerja sukarela.

Kesediaan untuk melakukan pekerjaan sukarela menunjukkan bahwa orang mau melakukan hal-hal yang sebetulnya bukan menjadi tanggung jawabnya. Perilaku ini dalam dunia kerja akan sangat bermanfaat bagi perusahaan. Karena untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas organisasi akansangat bergantung pada kesediaan orang-orang dalam organisasi untuk berkontribusi secara positif.Perilaku untuk bersedia memberikan kontribusi positif ini diharapkan tidak hanya terbatas dalam kewajiban kerja secara formal, melainkan idealnya lebih dari kewajiban formalnya. Perilaku dalam bentuk kerelaan untuk memberikan kontribusi yang lebih dari kewajiban formal ini menurut Organ (1989) disebut sebagai *organizational citizenship behavior* atau disingkat OCB. Para pakar organisasi menyatakan pentingnya OCB bagi keberhasilan sebuah organisasi, karena pada dasarnya organisasi tidak dapat mengantisipasi seluruh perilaku dalam organisasi hanya dengan mengandalkan deskripsi kerja yang dinyatakan secara formal saja (George, 1990).*Organizational Citizenship Behavior* (OCB) ditentukan oleh banyak hal artinya tidak ada penyebab tunggal dalam OCB. Penelitian-penelitian sebelumnya menemukan bahwa salah satu anteseden penting bagi terciptanya OCB adalah transformational leadership, Leader-Member Exchange (Netemeyer, Boles, McKee, and McMurrian, 1997; MacKenzie, Podssakoff, and Ahearne, 1998; MacKenzie, Podssakoff, and Rich, 2001), *Perception of Organizational Support*, dan sebagainya. Beberapa penelitian yang telah dilakkan tersebut umumnya meneliti pengaruh dari luar diri individu terhadap munculnya OCB pada diri karyawan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari dalam diri individu itu sendiri, yaitu lima dimensi religiusitas terhadap OCB.

***Organzational Citizenship Behaviour* (OCB)**

Secara konseptual, *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) didefinisikan sebagai perilaku individu yang dengan bebas dapat dipilih oleh individu sendiri tersebut, tidak berhubungan atau tidak diakui secara eksplisit dengan sistem imbalan (*reward formal*), tetapi secara agregat sangat mendukung efektifitas fungsi-fungsi dalam organisasi. Organ (2006) mendefinisikan OCB sebagai perilaku individual yang bersifat bebas (*discretionary*), yang tidak secara langsung dan eksplisit mendapat penghargaan dari sistem imbalan formal, dan yang secara keseluruhan mendorong keefektifan fungsi-fungsi organisasi. Bersifat bebas dan sukarela, karena perilaku tersebut tidak diharuskan oleh persyaratan peran atau deskripsi jabatan, yang secara jelas dituntut berdasarkan kontrak dengan organisasi; melainkan sebagai pilihan personal (Podsakoff, dkk, 2000).*Organizational Citizenship Behavior* (OCB) adalah perilaku yang bukan merupakan bagian dari tugas yang telah dipersyaratkan secara formal bagi seorang karyawan

tetapi secara keseluruhan mendorong fungsi efektif organisasi (Robbins, 2000).

OCB ini melibatkan beberapa perilaku meliputi perilaku menolong orang lain, menjadi *volunteer* untuk tugas-tugas ekstra, patuh terhadap aturan-aturan dan prosedur-prosedur di tempat kerja.Perilkau-perilkau ini menggambarkan "nilai tambah karyawan" dan merupakan salah satu bentuk perilaku prososial, yaitu perilaku sosial yang positif, konstruktif dan bermakna membantu (Aldag & Resckhe, 1997).

Para pakar organisasi menyatakan pentingnya OCB bagi keberhasilan sebuah organisasi, karena pada dasarnya organisasi tidak dapat mengantisipasi seluruh perilaku dalam organisasi hanya dengan mengandalkan deskripsi kerja yang dinyatakan secara formal saja (George, 1996). Beberapa contoh pentingnya OCB dalam suatu organisasi menurut Bolon (1997) antara lain adalah:

a. Munculnya tindakan-tindakan yang ditujukan untuk melindungi organisasi beserta asetnya;
b. Munculnya saran-saran konstruktif yang ditujukan untuk perbaikan organisasi;
c. Munculnya kesediaan untuk melakukan pelatihan-pelatihan pribadi yang bersifat informal yang akan meningkatkan tambahan tanggung jawab.
d. Terciptanya iklim yang baik dalam organisasi dan dengan lingkungan sekitar organisasi;
e. Munculnya aktivitas-aktivitas gotong-royong.

Menurut Podsakoff et al. (2000), OCB dapat mempengaruhi keefektifan organisasi karena beberapa alasan. Pertama, OCB dapat membantu meningkatkan produktivitas rekan kerja. Kedua, OCB dapat membantu meningkatkan produktivitas manajerial. Ketiga, OCB dapat membantu mengefisienkan penggunaan sumberdaya organisasional untuk tujuan-tujuan produktif. Keempat, OCB dapat menurunkan tingkat kebutuhan akan penyediaan sumberdaya organisasional untuk tujuan-tujuan pemeliharaan karyawan. Kelima, OCB dapat dijadikan sebagai dasar yang efektif untuk aktivitas-aktivitas koordinasi antara anggota-anggota tim dan antar kelompok-kelompok kerja. Keenam, OCB dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk mendapatkan dan mempertahankan SDM-SDM handal dengan memberikan kesan bahwa organisasi merupakan tempat bekerja yanglebih menarik.Ketujuh, OCB dapat meningkatkan stabilitas kinerja organisasi. Dan terakhir, OCB dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan-perubahan lingkungan bisnisnya. Dengan demikian, pentingnya OCB secara praktis adalah pada kemampuannya untuk memperbaiki efisiensi, efektivitas, dan kreatifitas organisasi melalui kontribusinya dalam transformasi sumber daya, inovasi, dan adaptabilitas (Organ, 1988; Podssakoff, MacKenzie; Paine, and Bacharach, 2000; Williams and Anderson, 1991).

Istilah *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pertama kali diajukan oleh Organ yang mengemukakan lima dimensi primer dari OCB (Allison, dkk, 2001) :

a. *Altruism*, yaitu perilaku membantu karyawan lain tanpa ada paksaan pada tugas-tugas yang berkaitan erat dengan operasi-operasi organisasional;
b. *Civic Virtue*, menunjukkan partisipasi sukarela dan dukungan terhadap fungsi-fungsi organisasi baik secara professional maupun social alamiah;
c. *Conscinetiousness*, berisi tentang kinerja dari prasyarat peran yang melebihi standar minimum;
d. *Courtesy*, adalah perilaku meringankan problem-problem yang berkaitan dengan pekerjaan yang dihadapi orang lain;
e. *Sportmanship*, berisi tentang pantangan-pantangan membuat isu yang merusak meskipun merasa jengkel.

Religiusitas

Religiusitas menurut Suhardiyanto (2001) adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendakinya (larangannya). Keberagamaan atau religiusitas adalah sesuatu yang amat penting dalam kehidupan manusia.Keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktivitas yang tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang.

Banyak pakar mendefinisikan tentang religiusitas, yang dirumuskan dengan bahasa berbeda.Salah satunya memberikan pengertian bahwa Religiusitas adalah penghayatan agama seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. Dalam pengertian lain dari religiusitas adalah intensitas keberagamaan, yang dalam hal ini pengertian yang penulis maksud bahwa intensitas adalah ukuran, tingkat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1996). Religiusitas menurut Suhardiyanto (2001) adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaki/larangan-Nya (Suhardiyanto, 2001). Aktifitas beragama yang berkaitan dengan religiousitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin (Ancok, 2001). Jadi sikap religiusitas merupakan integrasi secara komplek antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.Religiusitas dapat dilihat dari aktivitas beragama dalam kehidupan sehari-hari yang dilaksanakan secara rutin dan konsisten.

Menurut Glock & Stark (1994) seperti ditulis oleh Djamaluddin Ancok konsep religiusitas adalah rumusan brilian.Konsep tersebut mencoba melihat keberagamaan

seseorang bukan hanya dari satu atau dua dimensi, tetapi mencoba memperhatikan segala dimensi. Keberagamaan dalam islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tapi juga dalam aktivitasaktivitas lainnya. Sebagai suatu sistem yang menyeluruh, islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh pula. Ada lima dimensi keberagamaan sesorang yang dapat diukur untuk mengetahui apakah seseorang tersebut religius atau tidak, yaitu, dimensi keyakinan, dimensi praktek agama (ritual dan ketaatan), dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dimensi pengamalan atau konsekuensi. Dalam konteks agama Silam sebagai agama yang dianut oleh mayoritas masyarakat Indoneisa, lima dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagi berikut :

a. Dimensi Ritual; yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Misalnya; pergi ke tempat ibadah, berdoa pribadi, berpuasa, dan lain-lain.Dimensi ritual ini merupakan perilaku keberagamaan yang berupa peribadatan yang berbentuk upacara keagamaan.

b. Dimensi Ideologis; yang mengukur tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifar dogmatis dalam agamanya.Misalnya; menerima keberadaan Tuhan, malaikat dan setan, surga dan neraka, dan lain-lain. Dalam konteks ajaran Islam, dimensi ideologis ini menyangkut kepercayaan seseorang terhadap kebenaran agama-agamanya. Semua ajaran yang bermuara dari Al quran dan hadits harus menjadi pedoman bagi segala bidang kehidupan. Keberagaman ditinjau dari segi ini misalnya mendarma baktikan diri terhadap masyarakat yang menyampaikan amar ma'ruf nahi mungkar dan amaliah lainnya dilakukan dengan ikhlas berdasarkan keimanan yang tinggi.

c. Dimensi Intelektual; yaitu tentang seberapa jauh seseorang mengetahui, mengerti, dan paham tentang ajaran agamanya, dan sejauh mana seseorang itu mau melakukan aktivitas untuk semakin menambah pemahamannya dalam hal keagamaan yang berkaitan dengan agamanya. Secara lebih luas, Dimensi intelektual ini menunjukkan tingkat pemahaman seseorang terhadap doktrin-doktrin agama tentang kedalaman ajaran agama yang dipeluknya. Ilmu yang dimiliki seseorang akan menjadikannya lebih luas wawasan berfikirnya sehingga perilaku keberagamaan akan lebih terarah.

d. Dimensi Pengalaman; berkaitan dengan seberapa jauh tingkat Muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius. Dalam Islam dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat dengan Allah, perasaan doa-doanya sering terkabul, perasaan tentram bahagia karena menuhankan Allah, perasaan bertawakkal, perasaan khusuk ketika melaksanakan sholat, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat al-qur'an, perasaan syukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.

e. Dimensi Konsekuensi; Dalam hal ini berkaitan dengan sejauh mana seseorang itu mau berkomitmen

dengan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya; menolong orang lain, bersikap jujur, mau berbagi, tidak mencuri, dan lain-lain. Aspek ini berbeda dengan aspek ritual. Aspek ritual lebih pada perilaku keagamaan yang bersifat penyembahan/adorasi sedangkan aspek komitmen lebih mengarah pada hubungan manusia tersebut dengan sesamanya dalam kerangka agama yang dianut. Pada hakekatnya, dimensi konsekuensi ini lebih dekat dengan aspek social. Dimensi sosial adalah menifestasi ajaran agama dalam kehidupan masyarakat, meliputi semua perilaku yang didefinisikan oleh agama (Rahmat, 1986:37). Ditinjau dari dimensi ini semua aktivitas yang berhubungan dengan kemasyarakatan umum merupakan ibadah. Hal ini tidak lepas dari ajaran Islam yang menyeluruh, menyangkut semua sendi kehidupan. Jadi religiusitas pada dasarnya merupakan perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah semata.

Berdasarkan lima dimensi diatas, maka religiusitas dapat digambarkan sebagai suatu konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan agama sebagai unsur afektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik. (Rahmat, 1996).

METODE ANALISIS

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.Populasi target dalam penelitian ini adalah seluruh civitas akademika Unsoed Purwoerto yaitu, mahasiswa, karywan dan dosen yang tersebar di 8 fakultas dan beberapa institusi/lembaga internal Unsoed.Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan salah satu tenik *non probability sampling*, yaitu dengan metode *purposive sampling*.

Definisi Operasional Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dalam bentuk checklist. Tiap responden diminta untuk menunjukkan persetujuan atau ketidaksetujuannnya pada setiap pernyataan yang diberi skala antara 1 sampai dengan 5. Jawaban responden diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 poin penilaian (5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = netral, 2 = tidak setuju, 1 = sangat tidak setuju).

Definisi Operasional untuk Religiusitas dan OCB adalah sebagai berikut :

Religiusitas didefinisikan sebagai penghayatan agama seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual yang merupakan integrasi secara komplek antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.Dimensi ini dijabarkan dalam 22*item* pertanyaan.

OCB adalah kesediaan civitas akademika Unsoed dalam melakukan dan menyelesaikan pekerjaan; bukan hanya pekerjaan yang menjadi tugas dan tanggungjawabnya tetapi juga pekerjaan dan hal-hal yang sebenarnya bukan menjadi tanggngjawabnya secara langsung;

yang dilakukan dengan sukarela, tulus, senang hati tanpa harus diperintah dan tidak mengharapkan *reward* secara langsung.OCB diukur dengan menggunakan instrumen pertanyaan yang terdiri dari 5 indikator. Indikator OCB terdiri dari 12 item pertanyaan.

Teknik Analisi Data

Kuesioner yang disebar berisi jawaban responden atas 3 kelompok pertanyaan yang terdiri dari identitas responden, pernyataan mengenai variabel – variabel penelitian dan pertanyaan terbuka yang meminta tanggapan responden berkaitan dengan etika islami.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 100 jawaban responden seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini valid dan reliabel, sehingga layak untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini terdiri dari Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi dan Multikolinieritas dan hasilnya menunukan bahwa normal tidak terjadi Heteroskedastisitas, Autokorelasi dan Multikolinieritas.

HASIL ANALISIS

Analisis Regresi Linier Beganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Dimensi ReligiusitasterhadapOCBdigunakan alat analisis Regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 15.0 for windows*.Berikut adalah hasil analisis regresi berganda.

Tabel: 1
Hasil Analisis Regresi berganda
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	19,868	4,907		4,049	,000
	X1	-,537	,342	-,235	-1,569	,120
	X2	,564	,358	,241	1,573	,119
	X3	,108	,254	,059	,424	,673
	X4	,195	,392	,067	,497	,620
	X5	,857	,253	,373	3,390	,001

a Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil regresi linier berganda di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 19{,}868 - 0{,}573\ X1 + 0{,}564X2 + 0{,}108X3 + 0{,}195\ X4 + 0{,}857X5 + e$$

Secara statistik persamaan regresi tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut :

Konstanta (a) sebesar 19,868menunjukkan bahwa nilai variabel X1 s/d X2 sama dengan 0, maka nilai *OCB*adalah sebesar 19,868.

b1 = - 0,573menunjukkan koefisien regresi negatif, artinya peningkatan dimensi ritual tidak akan membawa peningkatan terhadap *Green Behaviour*.

b2 = 0,564menunjukkan koefisien regresi positif, artinya peningkatan dimensi*Ideologis* akan membawa peningkatan pula terhadap *OCB* sebesar 0,564satuan.

b3 = 0,108menunjukkan koefisien regresi positif, artinya peningkatan dimensi *Intelektual* akan membawa peningkatan pula terhadap *OCB* sebesar 0,108satuan.

b4 = 0,195menunjukkan koefisien regresi positif, artinya peningkatan dimensipengalamanakan membawa peningkatan pula terhadap *OCB* sebesar 0,195satuan.

b5 = 0,857menunjukkan koefisien regresi positif, artinya peningkatan dimensikonsekuensiakan membawa peningkatan pula terhadap *OCB* sebesar 0,857satuan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,205. Artinya Dimensi Religiusitasdipengaruhi oleh variabel *OCB* sebesar 20,5% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji t

Selanjutnya, berdasarkan tabel analisis regresi berganda dapat di ketahui pengaruh Dimensi Religiusitasterhadap variabel*OCB*, yaitu dengan melihat nilai signifikansinya. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai sig. variabel X1 s/d X4 adalah > dari 0,05. Hal ini berarti bahwa dimensi ritual, ideologis, intelektual dan pengalaman tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *OCB* pada Civitas Akademika UNSOED Purwokerto. Sedangkan X5 (Dimensi Konsekuensi) nilai sig. < 0,05. Hal ini berarti dimensi konsekuensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *OCB* pada Civitas Akademika UNSOED Purwokerto. Berdasarkan tabe diatas pada kolom *Standardized Coefficients* dapat diketahui bahwa variabel yang mempunyai koefisien regresi baku (Beta) terbesar adalah X5 Dimensi Konsekuensi yaitu sebesar 0,373, berarti X5 mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap *OCB* pada Civitas Akademika UNSOED Purwokerto.

Pembahasan Hasil Penlitian

Hasil penelitian membuktikan bahwaDimensi Religiusitas yaitu dimensi ritual (X1), dimensi ideologis (X2), dimensi intelektual (X3), dan dimensi pengalaman (X4)tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *OCB*. Dimensi Ritual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap OCB. Hasil jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan dalam dimensi Ritual mempunyai nilai rata-rata tinggi yaitu 4,15. Artinya responden taat dalam menjalankan perintah-perintah agama seperti sholat, puasa, membayar zakat,dan menunaikan (berniat) untuk beribadah haji. Namun dimensi ini tidak berpengaruh signifikan terhadap OCB. Hal ini karena responden berpendapat bahwa sholat, puasa, zakat, haji dan ritual-ritual lain merupakan kewajiban sebagai muslim, lepas dari potensi kineja

dalam menjalakan dan menyelesaikan pekerjaan di suatu organisasi. Dimensi Ritual nampak dalam hal-hal yang konkrit dan secara langsung berhubungan dengan ritual ibadah, sedangkan pengaruhnya terhadap *OCB* lebih mengarah pada kegiatan muamalah yang tidak melibatkan ritual keagamaan dalam pelaksanaanya.

Dimensi Idiologis tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *OCB*. Hasil jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan dalam dimensi Idiologis mempunyai nilai rata-rata sangat tinggi yaitu 4,32. Artinya, responden mempunyai keyakinan yang sangat kuat bahwa Islam merupakan agama yang paling benar dan semua yang diajarkan oleh Islam adalah baik dan harus menjadi pedoman dalam segala bidang kehidupan. Namun dimensi ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk halal. Hal ini karena responden berpendapat bahwa kebenaran Islam sudah tidak dipertanyakan lagi, lepas dari keputusan mereka dalam menjalankan pekerjaan. Keyakinan akan kebenaran Islam tertanam dengan sangat kuat karena berkaitan dengan aspek Ketuhanan, sedangkan dalam menjalankan pekerjaan, lebih dipersepsikan sebagai kegiatan muamalah yang tidak secara langsung berhubungan dengan aspek Ketuhanan tersebut.

Dimensi Intelektual dan Dimensi Pengalaman tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *OCB* meskipun nilai rata-rata pernyataan responden untuk kedua dimensi ini cukup tinggi, yaitu 3,88 dan 3,99. Pernyataan responden untuk kedua dimensi ini mempunyai nilai rata-rata terendah diantara dimensi lain. Jawaban responden mengindikasikan bahwa mereka menerima kebenaran Islam lebih karena doktrin-doktrin yang mereka peroleh dari penanaman ajaran Islam yang mereka peroleh sebelumnya, bukan dari argumen dan pemikiran logika yang kuat. Jawaban responden untuk pernyataan tentang usaha untuk menambah pemahaman tentang agama dan menambah pengetahuan keagamaan lewat seminar atau membaca buku-buku keagamaan juga relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa karena keengganan untuk menambah wawasan dan pengetahuan keagamaan, maka sebagian besar responden juga tidak memahami akan esensi pentingnya menyelesaikan tugas dengan suka rela tanpa imbalan. Dalam pemahaman umum, asalkan pekerjaan selesai sudah beres tidak memikirkan prosesdan hasil akhirnya. Padahal pada kenyataannya, banyak sekali pekerjaan – pekerjaan yang harus dikerjakan dan tidak hars dikerjakan. Hal yang demikian banyak tidak diketahui oleh masyarakat islam sendiri, karena kurangnya wawasan mengenai ilmu-ilmu agama yang sifatnya muamalah.

Dimensi Konsekuensi mempunyai pengaruh signifikan terhadap *OCB*. Hasil jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan dalam dimensi Idiologis mempunyai nilai rata-rata sangat tinggi yaitu 4,12. Artinya keputusan para pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur dan peraturan yang ada didasarkan pada konsekuensi

mereka sebagai seorang muslim. Responden mempunyai komitmen untuk mererapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari diantaranya ketika mereka berada dalam sebuah organisasi, yang pasti mempunyai kewajiban yang harus dijalankan dan harus meperhatikan larangan – larangan dan yang pasti menjalankan amanah sesuai dengan prosedur.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan Uji F dan Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa Aspek Religiusitas tidak berpengaruh terhadap *OCB.*

2. Dintara 5 Dimensi Religiusitas yang terdiri dari Dimensi *Ritual,* Dimensi *Ideologis,* Dimensi *Intelektual,* Dimensi *Pengalaman* dan Dimensi Konsekuensi,yang paling berpengaruh terhadap *OCB* adalah dimensi *Konsekuensi.*

3. Dimensi Religiuistas dan OCB yang ada di Unsoed dapat dikatakan bagus, karena dari data yang diperoleh menyebutkan bahwa rata – rata presentase yang menunjukan bahwa Civitas Akademika di Unsoed dalam bekerja berlandaskan pada agama dan mau melakukan pekerjaan yang bukn mnjadi tanggungjawabnya adalah sebesar 74,8%.

DAFTAR PUSTAKA

Allen, N. J. and J. P. Meyer.1996. "Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity." Journal of Vocational Behavior, 49, 252-276, 1996.

Al Rasyid, Harun, (Penyunting : Teguh Kismantoroadji, dkk). 2001. *Dasar-Dasar Statistika Terapan*, Program Pascasarjana, Unpad : Bandung.

Ancok, Jamaludin dan Fuad Anshari Suroso, 2001. *Psikologi Islam : Solusi Islam Atas Problema-ProblemaPsSikologi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Bolon, D.S. (1997), *Organizational citizenship behavior among hospital employees: a multidimensional enalysis involving job satisfaction and organizational commitment*. *Hospital and health service administration,* 42, 221-241.

Daradjat, Zakiyah,1975. Ilmu Jiwa Agama, Bulan Bintang, Jakarta.

Fauzan dan Trias Setiawati. 2005. Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren Di Kantor Depag Kota Malang. Jurnal Sinergi Kajian Bisnis Dan Manajemen Edisi Khusus on Human Resources, 2005 Hal. 1 – 18.

George, J. M. (1990). *Personality, affect, and behavior in groups*. Journal of Applied Psychology, 75: 107-116.

George, J. M. (1996). *Personality, affect, and behavior in groups*. Journal of Applied Psychology, 75: 107-116.

Hill, P. C. and G. S. Smith 2002."Coming to terms spirituality and religion in the workplace." In

Giacalone, R. A. & Jurkiewicz, C. L (Eds.) Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance, M. E. Sharpe, New York, NY, 2002.

Jalaludin, *Psikologi Agama,* Raja Grafindo, Jakarta, 1996.

Katz, D.1964. Motivational basis of organizational behavior.Behavioral Science, 9:131-146.

King, J.E. and O. I. Williamson, I. O. 2005. "Workplace religious expression, religiosity, and job satisfaction: clarifying a relationship." Journal of Management, Spirituality, and Religion, 2, 173-198, 2005.

King, J. E. 2008. "(Dis)Missing the obvious." Journal of Management Inquiry, 17, 214-224, 2008.

Kolodinsky, R. A. Giacalone, C. L. Jurkiewicz. "Workplace value and outcomes: Exploring personal, organizational, and interactiveworkplace spirituality." Journal of Business Ethics, 81: 465-480, 2008.

Milliman, A. J. Czaplewski, J. Ferguson, J. "Workplace spirituality and employee work attitude." Journal of Organizational Change Management, 16: 426-447, 2003.

Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial.* Gadjah Mada University Press.Yogyakarta.

Organ, D.W., & Konovsky, M. (1989), *Coognitive Vs Affective determinants of Organizational Citizenship Behavior,* Journal of Applied Psychology, 74: 157-164

Organ, Dennis W., et.al. (2006) *Organizational Citizenship Behavior.Its Nature, Antecendents, and Consequences*. California: Sage Publications, Inc.

Pfeffer, J. "Business and the spirit: Management practices that sustain values," in Giacalone, R. and Jurkiewicz, C. (Eds.), Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance. New York: M.E. Sharp, 29-35, 2002.

Podsakoff, P.M., & MacKenzie, S.B., (1998), *Organizational Citizenship Behavior And Sales Unit Effectiveness.,* Journal of Marketing Research, 31, 351-353.

Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J.B., And Bachrach, D.G. (2000), "*Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research*", Journal of Management, 26(3), 513-63.

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1996.

Rahmat, Jalaludin, Islam Aletrnatif, Bandung, Mizan, 1986.

Robbins, Stephen P. 2000. Perilaku Organisasi, Penerbit Erlangga, Jakarta

Roundy, P.T. "'Every man's work shall be made manifest': Religious

Callings in the Age of Organizational Spirituality." Submitted for publication.

Roundy, Philip T. 2009. Work and Religion: Artificial Dichotomy or Competing Interests? International Journal of Humanities and Social Sciences 3:1 2009

Saputro, Denny. 2006. Hubungan Antara Tingkat Religiusitas Dengan Tingkah Laku AltruisPada Mahasiswa Yang Beragama Islam, Skripsi (tidak di publikasikan)

Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business : a Skill Building Approach.* John Wiley & Sons, Inc.

Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian.1989.Metode Penelitian Survai. Jakarta : PT Pustaka LP3ES.

Podsakoff, P.M., & MacKenzie, S.B., (1994), *Organizational Citizenship Behavior And Sales Unit Effectiveness.,* Journal of Marketing Research, 31, 351-353.

Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J.B., And Bachrach, D.G. (2000), "*Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research*", Journal of Management, 26(3), 513-63.

PERAN KOMITMEN PROFESIONAL TERHADAPKEINGINAN PINDAH MELALUI KOMITMEN ORGANISASIONAL, MOTIVASI, DAN KEPUASAN KERJA AUDITOR

(Studi pada KAP di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta)

Askar Yunianto[1)], Sih Darmi Astuti[1)]

E-mail: askaryunianto@yahoo.com
[1)]Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the commitment which generally defined as the strength of an individual's identification with and involvement in an organization or profession. The instruments used to operationalize the commitment and professional organizations are similar in that the professional commitment scale simply replace the"profession" while the term for "organization" in the organizational commitment scale. One purpose of this study was to test and use measurements from two separate construction, so it will be able to present such evidence. When commitment is low, it will have an impact on intent to leave. Respondents in this study were the auditors who worked in the Firm in Central Java and Yogyakarta. Data collection method and survey questionnaires as much as 60 can be returned and processed from 120 distributed,the sampling technique used was purposive sampling. Validity and reliability testing performed before testing the relationship between variables using multiple regression models. The results contribute to the literature of commitment to the auditor's intent to leave in two ways. The first intent to leave was influenced by professional commitment directly. Second, professional commitment indirectly influence intent to leave, but through organizational commitment and job satisfaction of auditors, in other words that organizational commitment and job satisfaction as the mediation of professional commitment to intent to leave.

***Keywords**:Professional Commitment, Organizational Commitment, Motivation, Job Satisfaction, Turnover Intention*

ABSTRAK

Tujuan studi ini adalah untuk menguji komitmen pada yang umumnya didefinisikan sebagai kekuatan identifikasi individu dengan dan keterlibatannya dalam suatu organisasi atau profesi.Instrumen yang biasa digunakan untuk mengoperasionalkan komitmen organisasi dan profesional sering serupa bahwa skala komitmen profesional hanya mengganti "profesi" sedangkanistilah untuk "organisasi" dalam skala komitmen organisasi. Salah satutujuanstudiiniadalah untukmengujidanmenggunakanpengukuran dari dua konstruksi yang terpisah, sehinggaakandapat menyajikan bukti-bukti tersebut.Ketikakomitmeninirendah, akanberdampakpadakeinginanpindahpegawai. Respondendalamstudiiniadalahpara auditor yang bekerja di KAP di wilayahJawa Tengah dan DIY.Pengumpulan data menggunakanmetodesurveidansebanyak 60 kuesioner yang dapatdikembalikandandiolahdari 120 yang disebarkan, Teknik sampling yang digunakanadalah*purposivesampling*.Pengujianvaliditasdanreliabilitasdilakukan, sebelummengujihubunganantarvariabeldenganmenggunakan model multiple

regression. Hasilpenelitianmemberikankontribusiterhadap literature komitmenterhadapkeinginanpindahpara auditor duacara. **Pertama**keinginanpindahdipengaruhiolehkomitmenprofesionalsecaralangsung.**Kedua**komitmenprofesionalberpengaruhsecaratidaklangsungterhadapkeinginanpindah, tetapimelaluikomitmenorganisasionaldankepuasankerja auditor, dengan kata lain bahwakomitmenorganisasionaldankepuasankerjasebagaimediasikomitmenprofesionalterhadapkeinginanpindah.

Kata Kunci: komitmen professional, komitmenorganisasional, motivasi, kepuasankerja, keinginanpindah

PENDAHULUAN

Komitmen umumnya didefinisikan sebagai kekuatan identifikasi individu dengan dan keterlibatannya dalam suatu organisasi atau profesi. Instrumen yang biasa digunakan untuk mengoperasionalkan komitmen organisasi dan profesional sering serupa bahwa skala komitmen profesional hanya mengganti "profesi" sedangkan istilah untuk "organisasi" dalam skala komitmen organisasi (Dennis, et al., 1991). Salah satu tujuanstudi iniadalah untukmenguji dan menggunakan pengukuran dari dua konstruksi yang terpisah, sehingga akan dapat menyajikan bukti-bukti tersebut.

Komitmen profesional adalah tingkat loyalitas pada profesinya seperti yang dipersepsikan oleh individu tersebut (Larkin, 2003). Pemahaman mengenai komitmen profesional ini sangat penting supaya tercipta kondisi kerja yang kondusif sehingga organisasi dapat berjalan dan bisa menumbuhkan motivasi sehingga kepuasan kerja auditor akan meningkat. Di dalam menjalankan pekerjaan, para profesional dalam hal ini auditor sering mengasosiasikan dirinya dengan profesi dan juga menaati segala norma, aturan, dan kode etik (Probo Tranggono dan Kartika Andi, 2008:80). Komitmen profesional menyebabkan para profesional merasa lebih senang mengasosiasikan diri mereka dengan organisasi profesi mereka dalam melaksanakan tugas-tugasnya dan mereka juga lebih ingin mentaati norma, aturan dan kode etik profesi dalam memecahkan masalah yang mereka hadapi (Copur, 1990).

Suatu komitmen dapat mempengaruhi kepuasan kerja auditordalambekerja.*Batemen dan Strasser (1984) dalam Gregson (1992)* menyimpulkan bahwa komitmen organisasional lebih utama dari kepuasan kerja.Kepuasan kerja adalah suatu sikap seseorang terhadap pekerjaan sebagai perbedaan antara banyaknya ganjaran yang diterima pekerjaan dan banyaknya yang seharusnya diterima (Robbins, 1996).

Seorang profesional dalam hal ini auditor dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi akan menunjukkan sikap yang positif terhadap pekerjaannya dan merasa puas dengan apa yang diperolehnya dari organisasi akan memberikan lebih dari apa yang diharapkan dan selalu

berusaha memperbaiki kinerjanya. Sebaliknya seorang profesional yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap yang negatif terhadap pekerjaannya dan akan cenderung melihat pekerjaan sebagai hal yang menjemukan dan membosankan, sehingga ia bekerja dengan terpaksa dan asal-asalan. Selain kepuasan kerja, motivasi juga dapat mempengaruhi kepuasan kerja auditor. Motivasi adalah proses yang menjelaskn intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.

Motivasi memiliki andil yang besar dalam kepuasan kerja.Motivasi penting bagi auditor karena dengan motivasi ini diharapkan seorang auditor dapat bekerja keras untuk mencapai produktivitas kerja yang tinggi.

Seorang auditor yang mempunyai sebuah kepercayaan terhadap nilai-nilai profesi auditor, akan berusaha untuk sungguh-sungguh dalam menjaga profesinya sebagai seorang auditor, sehingga pada akhirnya menjadikan semakin besarnya kepuasan kerja auditor tersebut. Seorang auditor yang mempunyai sikap profesional yang tinggi, maka mereka juga akan mempunyai komitmen yang tinggi terhadap organisasinya, kepuasan kerja yang tinggi, sehingga akan betah di organisasi, maka keinginan pindah juga rendah. Hal ini didukung dari beberapa studi yang menemukan hubungan antara komitmen profesional terhadap kepuasan kerja (Blau, 2000; Goulet & Sigh, 2002, Susanto, YK, 2012), walaupun studi yang berbeda ditemukan tidak mendukung hubungan ini (Cohen, et al.2001, Lee, et al. 2000).

Seringkali komitmen organisasi mendapat perhatian dalam penanganan *turnover intentions* (keinginan berpindah), sehingga dapat diketahui bahwa karyawan yang mempunyai keinginan maupun kecenderungan untuk berpindah maka karyawan tersebut biasanya memiliki komitmen yang rendah. Komitmen organisasi juga merupakan salah satu unsur yang menentukan keberhasilan suatu organisasi, hal ini juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi prestasi dan loyalitas serta kecintaan seorang auditor pada pekerjaan serta organisasinya.

Tingkat *turnover* (keinginan pindah) yang tinggi akan dapat menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan, hal itu karena akan menjadikan perusahaan tidak dapat berjalan efektif karena perusahaan akan kehilangan karyawan yang berpengalaman serta berkompeten terhadap pekerjaan serta organisasinya dan perlu melatih kembali karyawan yang baru. Keinginan untuk berpindah dapat diukur dengan empat tindakan penarikan diri yaitu meliputi pikiran untuk keluar, keinginan untuk mencari lowongan pekerjaan, mengevaluasi kemungkinan menemukan pekerjaan lain dan adanya keinginan untuk pindah (Abelson, 1987).

Masalah mengenai keinginan untuk pindah karyawan akan berdampak pada tingginya tingkat perputaran karyawan yang dapat menimbulkan biaya rekruitmen kembali karyawan dan juga pelatihan kembali. Disamping itu, fenomena menunjukkan bahwa di Indonesia memiliki tingkat keinginan pindah

kerja para auditor lebih dari 10% per tahunnya, meskipun belum ada hasil statistika resmi terhadap hal ini, dan pada akhirnya hal ini akan mengakibatkan dampak yang negatif dalam sebuah organisasi.

KAJIAN LITERATUR

Komitmen Profesional

Konsep komitmen profesional diperkirakan untuk mengembangkan proses sosialisasi ke dalam sebuah profesi melalui penekanan yang diberikan melalui nilai-nilai profesional (Larson, 1977). Proses sosialisasi ini akan dapat terjadi pada proses pendidikan formal.

Komitmen profesional merupakan tingkat loyalitas seorang individu kepada profesinya. Dalam menjalankan pekerjaannya seorang auditor harus memperhatikan kode etik profesional sehingga pada akhirnya akan mendorong auditor untuk dapat berperilaku ideal, bersifat realistik dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Dalam sebuah asosiasi profesi ditekankan adanya tingkat komitmen yang tinggi yang dapat diwujudkan dengan tingkat kerja yang berkualitas dan juga menjamin keberhasilan tugas yang dihadapinya.

Aranya (1984) mengemukakan elemen-elemen profesionalisme, yang terdiri dari:

1. Meyakinkan bahwa pekerjaaannya sangat penting.
2. Mempunyai keyakinan untuk memberikan pelayanan kepada publik.
3. Meminta otonomi dalam menjalankan pekerjaanya.
4. Menganjurkan untuk mempunyai peraturan sendiri dalam pekerjaan.
5. Berafiliasi dengan rekan sesama jenis pekerjaan di organisasi.

Seorang auditor dengan tingkat profesionalisme yang tinggi akan membuat auditor merasa puas dengan apa yang diperoleh dari organisasinya, sehingga dia akan selalu berusaha memperbaiki kinerjanya. Sebaliknya apabila auditor mempunyai profesionalisme yang rendah serta tidak puas dengan pekerjaannya, maka dia akan cenderung melihat pekerjaan sebagai hal yang membosankan sehingga ia bekerja dengan terpaksa dan asal-asalan dan pada akhirnya dia akan mempunyai keinginan untuk meninggalkan organisasinya.

Komitmen Organisasional

Komitmen organisasional dihubungkan dengan keterlibatan gelar seorang individu dan identifikasi dengan fakta organisasi (Steers, 1977 dalam Gregson, 1992). Mowday, Porter dan Steers menyebutkan bahwa komitmen organisasi adalah sifat hubungan seorang individu dengan organisasi, dengan memperlihatkan ciri-ciri sebagai berikut:

a. Menerima nilai dan tujuan organisasi.
b. Mempunyai keinginan berbuat untuk organisasi.
c. Mempunyai keinginan yang kuat untuk tetap bersama dengan organisasi.

Aranya (1999) menyatakan bahwa komitmen organisasi dapat dibangun dengan lima prinsip utama, yaitu:

1. Meningkatkan harga diri (seorang atasan harus mampu menjaga harga dirinya di depan para bawahannya, agar senantiasa dihargai)

2. Memberikan tanggapan dengan empati
3. Meminta bantuan dan mendorong keterlibatan (seorang karyawan juga harus diikutkan dalam setiap pengambilan keputusan).
4. Mengungkapkan perasaan dan pikiran.
5. Memberikan dukungan pada karyawan untuk dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik dan tanggung jawab.

Sebuah komitmen organisasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor:

1. Usia dan masa kerja (semakin lama seseorang bekerja dalam sebuah organisasi, maka komitmen terhadap organisasinya pun juga akan semakin tinggi).
2. Tingkat pendidikan (semakin tinggi pendidikan seseorang, maka harapan seorang karyawan juga akan semakin tinggi dan tidak dapat diakomodir oleh organisasi, sehingga komitmennya akan rendah).
3. Jenis kelamin (Seorang wanita biasanya akan mampu menghadapi tantangan yang lebih besar dalam organisasinya, sehingga komitmennya pun juga akan lebih tinggi).

Motivasi

Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Motivasi yang diberikan bisa dibagi menjadi dua jenis motivasi, yaitu motivasi positif dan motivasi negatif. Motivasi merupakan proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Terdapat tiga elemen utama dalam definisi motivasi yaitu intensitas, arah, dan ketekunan seoarang individu untuk mencapai tujuannya (Robbins, 2008).

Kepuasan Kerja (*Job Satisfaction*)

Menurut Robbins(2008) kepuasan kerja merupakan suatu sikap umum seseorang terhadap pekerjaannya. Sedangkan menurut George dan Jones (2002) kepuasan kerja merupakan kumpulan *feelings* dan *believes* yang dimiliki oleh seseorang terhadap pekerjaannya. Ketidakpuasan terhadap pekerjaan dapat dilakukan melalui cara:

1. Respon*voice* (aspirasi)

Aktif dan konstruktif, memberikan saran perbaikan dan berusaha memperbaiki kondisi yang ada.

2. Respon*loyality* (kesetiaan)

Secara pasif namun optimis menunggu membaiknya kondisi organisasi dan termasuk membela organisasi ketika berhadapan dengan kecaman pihak luar dan mempercayai organisasi dan manajemennya untuk melakukan hal yang benar.

3. Respon *neglect* (Pengabaian)

Secara pasif membiarkan kondisi memburuk, termasuk ketidakhadiran atau keterlambatan yang terus-menerus, kurangnya usaha dan meningkatnya angka kesalahan.

4. Respon *exit* (Keluar)

Perilaku yang ditunjukkan untuk meninggalkan organisasi, termasuk mencari posisi baru dan mengundurkan diri.

Keinginan Pindah (*Turnover Intentions*)

Menurut Zeffane (1994) *turnover intention* adalah kecenderungan atau niat karyawan untuk berhenti bekerja dari pekerjaannya secara sukarela

menurut pilihannya sendiri. Tindakan penarikan diri terdiri dari beberapa komponen yaitu, adanya keinginan untuk keluar, keinginan untuk mencari pekerjaan lain, dan adanya kemungkinan untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih layak dan lebih baik di tempat lain.

Mueller (2008) mengemukakan predictor dari *turnover,* yaitu:

1. Variabel Kontektual

Pada variabel ini mencakup: alternatif-alternatif yang ada di luar organisasi (seorang karyawan ingin meninggalkan organisasi apabila di luar terdapat pekerjaan lain yang menjadi tujuannya), alternatif-alternatif yang ada dalam organisasi (tersedia kesempatan untuk pindah kerja lain dalam organisasi yang sama), nilai dari perubahan kerja (tersedianya alternatif yang mendorong untuk keluar organisasi).

2. Sikap kerja

Mencakup kepuasan kerja (berkaitan dengan proses menarik diri dari organisasi, tindakan untuk pergi dan adanya tindakan nyata *turnover*).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Komitmen Profesional terhadap Komitmen Organisasional.

Seorang auditor yang mempunyai komitmen yang tinggi terhadap profesinya akan merasa nyaman dalam bekerja, sehingga akan memiliki keinginan untuk tetap berada di organisasi tempat dia bekerja dan membangun loyalitas serta hubungan dalam jangka panjang dan saling menguntungkan dengan organisasinya. Seorang anggota organisasi yang loyal terhadap organisasinya serta memiliki kesetiaan yang tinggi, akan mempunyai keinginan yang tinggi terhadap organisasi dan membuatnya sukses.Menurut Robbins (2008) komitmen profesional dapat didefinisikan sebagai:

1.Sebuah kepercayaan pada dan penerimaan terhadap tujuan-tujuan dan nilai-nilai dari profesi

2.Sebuah kemauan untuk menggunakan usaha yang sungguh-sungguh guna kepentingan profesi,

3. Sebuah keinginan untuk memelihara keanggotaan dalam profesi (Arranya *et al*., 1981).

Dari uraian di atas maka rumusan hipotesisnya adalah:

H1:Komitmen Profesional berpengaruh positif terhadap komitmen organisasional.

Komitmen profesional berpengaruh terhadap motivasi

Komitmen profesional merupakan unsur penting dalam dunia kerja saat ini karena komitmen bisa mempengaruhi keberhasilan seseorang dalam pekerjaannya. Dalam menjalankan pekerjaan, para profesional dalam hal ini auditor sering mengasosiasikan dirinya dengan profesi dan juga menaati segala norma, aturan, dan kode etik (Rahardyan, dkk., 2008).Motivasi merupakan hal yang mendorong individu ataupun kelompok untuk melakukan sesuatu perbuatan baik itu faktor dari dalam diri individu maupun faktor dari luar (Gibson, 1995).

Komitmen profesional akan mengarahkan pada motivasi secara profesional juga, maka komitmen

profesional akan mempengaruhi motivasi seseorang dalam bekerja secara profesional pada pekerjaan yang digelutinya. Dari uraian diatas maka rumusan hipotesisnya adalah

H2: Komitmen profesional mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi

Pengaruh Komitmen Profesional terhadap Kepuasan Kerja

Seseorang yang bergabung dalam sebuah organisasi, maka dia akan membawa harapan serta keinginan yang membentuk harapan kerja bagi diri dan profesinya dalam mencapai tujuan bersama. Untuk dapat bekerja dan berprestasi dengan baik, mereka juga harus mempunyai komitmen yang tinggi terhadap profesinya. Di sisi lain, mereka juga punya harapan akan adanya penghargaan dari organisasi. Apabila harapan kerja dapat terpenuhi serta komitmen terhadap organisasi dan profesinya tinggi, akan dapat menimbulkan kepuasan kerja. Penghargaan yang sesuai dengan profesinya akan menimbulkan kepuasan kerja karena mereka akan merasa bahwa organisasi tempat mereka bekerja telah memperhatikan kebutuhan mereka. Sebaliknya, tingkat komitmen seorang auditor yangrendah terhadap organisasi maupun profesinya akan membuat mereka merasa tidak puas dengan organisasi dan profesinya (Jantje, 2003; Trisnaningsih, 2003; Rahardyan, dkk. 2008).Dari rumusan di atas maka rumusan hipotesisnya adalah:

H3: Komitmen profesional berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.

Pengaruh Komitmen Profesional terhadap Keinginan pindah

Turnover lebih mengarahkan pada sebuah kenyataan akhir yang dihadapi oleh organisasi berupa jumlah karyawan yang meninggalkan organisasi pada periode tertentu. Sedangkan keinginan pindah mengacu pada hasil evaluasi individu mengenai kelanjutan hubungannya dengan organisasi tempat dia bekerja dan belum ditunjukkan dalam tindakan pasti meninggalkan organisasinya.

Dengan tingkat profesionalisme yang tinggi, maka akan menjadikan keinginan pindah menjadi rendah (Tery, 1992; Jantje, 2003; Rahardyan, dkk. 2008).Dari rumusan di atas, maka rumusan hipotesisnya adalah:

H4:Komitmen profesional mempunyai pengaruh yang negatif terhadap keinginan pindah.

Komitmen Organisasional terhadap Motivasi

Seseorang yang bergabung dengan suatu organisasi akan membawa keinginan-keinginan, kebutuhan dan pengalaman masa lalu yang membentuk harapan kerja baginya. Untuk dapat bekerjasama dan mempunyai prestasi kerja yang baik setiap individu (auditor) harus mempunyai komitmen yang tinggi pada organisasi tempatnya bekerja.Suatu komitmen organisasional menunjukkan suatu daya dari seseorang dalam mengidentifikasikan keterlibatannya dalam suatu bagian organisasi

Kekuatan intens untuk tetap dipekerjakan oleh organisasi pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang didorong oleh suatu

kekuasaan dari dalam diri orang tersebut.Kekuatan pendorong inilah yang disebut motivasi. Komitmen organisasi pada seseorang akan menimbulkan motivasi untuk bekerja dengan baik sebagai upaya mewujudkan tujuan bersama (Trisnaningsih, 2003; Rahardyan, dkk. 2008). Dari uraian diatas maka rumusan hipotesisnya adalah:

H5:`Komitmen organisasional berpengaruh positif terhadap motivasi

Pengaruh Komitmen Organisasional terhadap Kepuasan Kerja

Komitmen organisasional merupakan suatu keadaan dimana seseorang karyawan memihak organisasi tertentu serta tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut. Suatu komitmen organisasional menunjukkan suatu kemampuan dari seseorang dalam mengidentifikasikan keterlibatannya dalam suatu bagian organisasi.

Seseorang yang mempunyai keinginan untuk bergabung dalam sebuah organisasi, akan bersama-sama dengan organisasinya untuk mencapai tujuan. Terciptanya komitmen organisasionalyang tinggi akan dapat menumbuhkanrasa puas para pegawai (Jantje, 2003; Trisnaningsih, 2003; Dyah, 2008).Dari uraian di atas maka rumusan hipotesisnya adalah:

H6:Komitmen organisasional berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.

Pengaruh Komitmen Organisasional terhadap Keinginan pindah

Seseorang yang bergabung dalam sebuah organisasi akan membawa sebuah keinginan untuk membentuk harapan bagi dirinya dan bersama-sama dengan organisasinya.

Komitmen yang tinggi terhadap sebuah organisasi, akan menjadikan keinginan untuk pindah maupun meninggalkan organisasinya menjadi rendah. Studi yang telah menemukan hubungan ini adalah yang dilakukan oleh Tery (1992), Jantje (2003), Trisnaningsih (2003), dan Rahardyan, dkk. (2008), walaupun temuan yang berbeda diperoleh pada hasil studi yang dilakukan oleh Dyah (2008). Dari uraian di atas maka rumusan hipotesisnya adalah:

H7:Komitmen organisasional berpengaruh negatif terhadap keinginan pindah

Motivasi terhadap Kepuasan Kerja

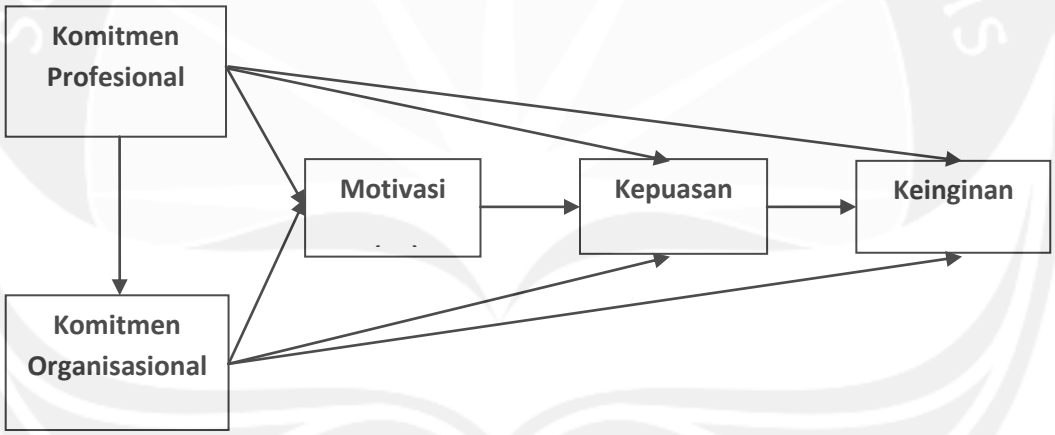
Kepuasan kerja dalam teori motivasi Maslow menempati peringkat yang tinggi, sebab berkaitan dengan tujuan manusia untuk merealisasikan dan mengaktualisasikan potensi dirinya dalam pekerjaan.Semakin tinggi harapan kerja dapat terpenuhi, semakin tinggi tingkat kepuasan kerja auditor.Kepuasan kerja tidak dapat dipisahkan dari motivasi kerja yang seringkali merupakan harapan kerja auditor. Kepuasan kerja akan tercapai apabila keinginan dan kebutuhan karyawan yang menjadi motivasinya terpenuhi.

Penelitian yang telah menemukan hubungan ini adalah studi yang dilakukan oleh Trisnaningsih (2003) dan Rahardyan, dkk. (2008). Dari uraian diatas maka rumusan hipotesisnya adalah:

H8: Motivasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Keinginan pindah

Seseorang yang merasa puas terhadap pekerjaannya, maka cenderung ingin tetap tinggal di organisasi, dengan kata lain bahwa keinginan pindah dari organisasi tersebut juga akan semakin kecil dikarenakan auditor tersebut merasa nyaman dengan pekerjaan dan juga lingkungan kerjanya. Studi-studi yang telah menemukan hubungan ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Tery (1992) dan Jantje (2003), Dari uraian di atas maka rumusan hipotesisnya adalah:



H9:Kepuasan kerja pengaruh yang negatif terhadap keinginan pindah

METODE ANALISIS

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode survei dan data primer diambil dari populasi seluruh auditor baik senior maupun yunior pada Kantor Akuntan Publik di wilayah Jawa Tengah dan DIY yang masih aktif sampai dengan tahun 2011. Pengambilan sampel denganmenggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria auditor dengan masa kerja minimal 2 tahun.Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan skala 7 dari sangat tidak setuju (1) - sangat setuju (7). Sedangkan uji instrumen untuk validitas menggunakan faktor analisis dan reliabilitas dengan alpha cronbach (Ghozali, 2006). Data dianalisis dengan menggunakan regresi berganda dengan program SPSS versi 16.0.

Adapun berdasarkan hipotesis yang diajukan, maka dapat digambarkan dalam model graphis yang disusun dalam studi ini sebagai berikut:

Gambar 1

Model Penelitian

Definisi Operasional Variabel

Komitmen Profesional adalah tingkat loyalitas individu pada profesinya seperti yang telah dipersepsikan oleh individu tersebut (Aranya, 1984), dengan menggunakan 15 item.Komitmen organisasi merupakan kepercayaan terhadap tujuan nilai-nilai dari organisasi dan berkeinginan untuk selalu

memelihara keanggotannya dalam organisasi tersebut (Porter, et al. 1974), dengan menggunakan 15 item.Motivasi merupakan proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Terdapat tiga elemen utama dalam definisi motivasi yaitu intensitas, arah, dan ketekunan seoarang individu untuk mencapai tujuannya (Robbins, 2008).Motivasi merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong individu untuk melakukan kegiatan tertentu.Motivasi diperlukan untuk pengembangan diri dalam suatu profesi.Pengukuran motivasi menggunakan instrumen yangdikembangkan oleh (Hunton, 1996) dengan sepuluh item instrumen Kepuasan kerja didefinisikan dengan keadaan emosi yang senang atau emosi positif yang berasal dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang (Luthans, 2006), diukur dengan menggunakan 15 item. Keinginan untuk berpindah diartikan sebagai keinginan untuk meninggalkan organisasi dengan sengaja dan sadar (Panggabean, 2004), dengan menggunakan 4 item.

Teknik Analisis Data

Model persamaan regresi berganda yang dibangun adalah:

$Y_1 = a_1 + b_1X + e1$……..……..(1)

$Y_2 = a_2 + b_5Y_1 + b_4X + e2$…..…….(2)

$Y_3 = a_3 + b_6Y_1 + b_3X + b_8Y_2 + e3$……(3)

$Y_4 = a_4 + b_7Y_1 + b_2X + b_9Y_3 + e4$ …..(4)

Dimana :

X = komitmen professional

Y_1= komitmen organisasional

Y_2 = motivasi

Y_3 = kepuasan kerja

Y_4= keinginan pindah

a = konstanta

b = koefisien

e = *error*

HASIL ANALISIS

Deskripsi Responden

Dari 120 kuesioner yang dikirimkan pada wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), jumlah kuesioner yang kembali hanya sebesar 60 kuesioner, sehingga *respons rate* hanya didapat 50% yang dipaparkan pada Tabel 1.

Tabel: 1
Perolehan Sampel Penelitian

No.	Nama KAP	Kuesioner yang kembali
1.	KAP Achmad, Rasyid,	4

	Hisbullah dan Jerry	
2.	KAP Drs. Bayudi Watu dan rekan	7
3.	KAP Ngurah Arya dan rekan	5
4.	KAP Drs. Soekamto	4
5.	KAP Sugeng Pamudji	3
6.	KAP Drs. Tahrir Hidayat	1
7.	KAP Zuliati, SE, BAP	4
8.	KAP Busroni dan Payamta	10
9.	KAP Drs. Hanung Triatmoko, Ak	7
10.	KAP Wartono	6
11.	KAP Henry dan Sugeng	7
12.	KAP Idjang Soetikno	2
	TOTAL	**60**

Sumber: Data PrimerDiolah

Kondisi auditor di KAPdidominasi oleh pria dengan prosentase untuk pria adalah sebesar 63,3% sedangkan untuk wanita sebesar 36,7%, sedangkan yang berumur 20-30 tahun sebesar 78,3%, umur 31-40 tahun sebesar 18,3% dan untuk umur 41-50 tahun hanya sebesar 3,3%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam organisasi ini didominasi umur 20-30 tahun. Sedangkan jenjang pendidikan D3 sebesar 10%, untuk S1 sebesar 88,3% dan Pasca Sarjana sebesar 1,7%. Hal ini menunjukkan bahwa KAP didominasi dengan pendidikan tingkat Sarjana, dengan masa kerja 2-5 tahun sebesar 81,7%, 6-10 tahun sebesar 16,7% dan 11-15 tahun sebesar 1,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam suatu KAP paling banyak pegawai dengan masa kerja menjadi auditor selama 2-5 tahun.

Means, Reliabilitas, dan Korelasi

Hasil pengolahan data diperoleh rerata jawaban responden, reliabilitas, dan korelasi seperti disajikan pada Tabel 2.

Nilai rerata terhadap variabel komitmen professional sebesar 5,19 yang berarti bahwa auditor memiliki komitmen yang tinggi terhadap profesinya, sedangkan nilai rerata komitmen organisasional sebesar 5,12 mengindikasikan bahwa auditor juga memiliki komitmen terhadap organisasinya yang tinggi, demikian juga tingkat motivasi mereka yang cukup tinggi, yang ditunjukkan dengan nilai rerata mereka sebesar 5.09, sedangkan dalam hal kepuasan kerja mereka nampaknya para auditor juga memiliki kepuasan yang tinggi terhadap pekerjaannya yang ditunjukkan dengan nilai rerata sebesar 5,25. Pada akhirnya keinginan untuk pindah (*turnover intentions*) yang memiliki reratasebesar 3,78, memiliki makna bahwa keinginan untuk berpindah dari organisasi tempat para auditor sekarang bekerja relatif kecil.

Tabel 2 di bawah menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas untuk semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, yang masing-masing adalah: komimen professional sebesar 0,76, komitmen organisasional sebesar 0,81, motivasi sebesar 0,86, kepuasan kerja sebesar 0,90, dan keinginan pindah auditor sebesar 0,78, sedangkan nilai koefisien korelasi diantara variabel penelitian menunjukkan nilai yang rendah, yaitu berkisar dari 0,14-0,76.

Tabel: 2
Means, Standar Deviasi, Reliabilitas, dan Korelasi

No	Variabel	Means	Standar Deviasi	Komitmen Profesional	Komitmen Organisasional	Motivasi	Kepuasan Kerja	Keinginan Pindah
1	**Komitmen Profesional**	5,19	0,69	**0,76**				
2	**Komitmen Organisasional**	5,12	0,73	0,76	**0,81**			
3	**Motivasi**	5,09	0,77	0,61	0,59	**0,86**		
4	**Kepuasan Kerja**	5,25	0,79	0,44	0,52	0,48	**0,90**	
5	**Keinginan Pindah**	3,78	1,26	-0,14	0,09	-0,19	-0,19	**0,78**

Sumber: Data Primer Diolah (nilai alpha cronbach pada diagonal utama)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai loading untuk setiap item dalam setiap variabel memiliki nilai loading yang tinggi, yaitu diatas 0,4, dengan nilai KMO yang semuanya berada di atas 0,5, seperti disajikan pada Tabel 3.

Tabel: 3
Uji Validitas

No	Variabel	KMO	*Loading*
1	Komitmen Profesional	0,716	0,484-0,749
2	**Komitmen Organisasional**	0,779	0,421-0,785
3	**Motivasi**	0,679	0,532-

			0,761
4	**Kepuasan Kerja**	0,794	0,491-0,791
5	**Keinginan Pindah**	0,699	0,521-0,848

Sumber: Data Primer Diolah

Hasil analisis regresi linier berganda untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu komitmen profesional (X) terhadap variabel dependen yaitu komitmen organisasional (Y1), Motivasi (Y2), Kepuasan kerja (Y3), dan *Turnover Intentions* (Y4) disajikan pada Tabel

4.Studi menunjukkan bahwa pengaruh terkuat ditemukan dalam hubungan komitmen professional terhadap komitmen organisasional, sedangkan pengaruh terlemah ditemukan dalam hubungan kepuasan kerja terhadap keinginan pindah.

Tabel: 4
Hasil Regresi

Model	**Variabel**	**Beta**	**Sign**
1	Komitmen Profesional thd Komitmen Organisasional	0.760	0,000
	Adj R^2: 0.570 F : 79.114		0,000
2	Komitmen Profesional thd Motivasi	0,367	0,023
	Komitmen Organisasional thd Motivasi	0,314	0,050
	Adj R^2: 0.388 F : 19.679		0,000
3	Komitmen profesional terhadap kepuasan kerja	-0.003	0,988
	Komitmen organisasional terhadap kepuasan kerja	0.367	0,041
	Motivasi terhadap kepuasan kerja	0.266	0,069
	Adj R^2: 0.282		0,00

	F : 8.723		0
4	Komitmen profesional terhadap keinginan pindah	-0.463	0,017
	Komitmen organisasional terhadap keinginan pindah	0.593	0,004
	Kepuasan kerja terhadap keinginan pindah	-0.295	0,043
	Adj R^2 : 0.128 F : 3.894		0,013

Sumber: Data Primer Diolah

Studi menunjukkan bahwa komitmen profesional berpengaruh secara positif terhadap komitmen organisasional dibuktikan dengan nilai *β*sebesar 0,760 pada tingkat signifikan 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan menolak Ho. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Jantje (2003), Trisnaningsih (2003), dan Rahadyan, dkk. (2008), yang membuktikan bahwa komitmen profesional mempunyai pengaruh yang positif terhadap komitmen organisasional. Artinya bahwa apabila seorang auditor mempunyai sikap profesionalisme yang tinggi terhadap profesinya, maka dia juga akan mempunyai sikap komit yang tinggi juga terhadap KAP nya.

Komitmen profesional ditemukan berpengaruh secara positif terhadap motivasi dibuktikan dengan nilai *β*sebesar 0,367 pada tingkat signifikan 0,023 < 0,05, sehingga Ha diterima dan menolak Ho. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih (2003) dan Rahadyan Probo Tranggono dan Andi Kartika (2008), yang membuktikan bahwa komitmen profesional mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi. Artinya bahwa apabila seorang auditor mempunyai sikap profesionalisme yang tinggi terhadap profesinya, maka dia juga akan mempunyaisemangat kerja yang tinggi juga terhadap tugas dan tanggung jawabnya.

Komitmen profesional berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan kerja dibuktikan dengan nilai *β*sebsar -0,003 pada tingkat signifikan 0,988 > 0,05, sehingga Ha ditolak dan menerima Ho. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jantje (2003), Trisnaningsih (2003), dan Rahadyan, dkk. (2008), yang membuktikan bahwa komitmen profesional mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja. Artinya bahwa sekalipun seorang auditor mempunyai kepercayaan terhadap profesinya, tetapi tidak akan otomatis merasakan kepuasan kerja.

Komitmen profesional berpengaruh secara negatif terhadap *turnover intentions* dibuktikan dengan nilai *β*sebesar -0,463 pada tingkat signifikan 0,017 < 0,05, sehingga Ha diterima dan menolak Ho. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Jantje Eduard Lekatompessy (2003), yang membuktikan bahwa komitmen profesional mempunyai pengaruh yang negatif terhadap *turnoverintentions*(keinginan pindah). Artinya bahwa apabila seorang auditor mempunyai sikap profesionalisme yang tinggi serta memiliki sikap komit yang tinggi terhadap profesinya, maka keinginan untuk meninggalkan profesinya juga akan semakin rendah. Selain itu sikap komit terhadap profesi merupakan hal yang sangat penting, karena dapat menumbuhkan komitmen auditor terhadap profesinya sehingga pada akhirnya akan membuat keinginan untuk pindah dari profesinya sekarang ini menjadi kecil.

Komitmen organisasional berpengaruh secara positif terhadap motivasi dibuktikan dengan nilai *β*sebesar 0,314 pada tingkat signifikan 0,050 < 0,05, sehingga Ha diterima dan menolak Ho. Hasil penelitian ini konsisten dengan

penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih (2003) dan Rahadyan, dkk. (2008), yang membuktikan bahwa komitmen organisasional mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi. Artinya bahwa ketika memiliki komitmen organisasional, maka akan dapat menciptakan motivasi kerja seorang auditor.

Komitmen organisasional berpengaruh secara positif terhadap kepuasan kerja dibuktikan dengan nilai *β*sebesar 0,367 pada tingkat signifikan 0,041 < 0,05, sehingga Ha diterima dan menolak Ho. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih (2003) dan Rahadyan, dkk. (2008), yang membuktikan bahwa komitmen organisasional mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja. Artinya bahwa sebuah komitmen organisasional dapat muncul dari dalam diri seorang auditor ketika harapan kerja mereka juga dapat terpenuhi dan selanjutnya akan membuat kepuasan terhadap pekerjaan juga akan naik.

Komitmen organisasional memiliki arah secara positif terhadap *turnover intentions* (keinginan pindah), yang berbeda dengan hipotesis yang dirumuskan yaitu memiliki arah negatif,walaupun memberikannilai *β*sebesar 0,593 pada tingkat signifikan 0,004 < 0,05, sehingga Ho diterima dan menolak Ha. Hasil penelitian ini konsisten temuan dalam studi yang dilakukan oleh Dyah (2008),namun tidak mendukung dan tidak berhasil didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2006), yang membuktikan bahwa komitmen organisasional mempunyai pengaruh yang negatif terhadap *turnover intentions* (keinginan pindah). Artinya bahwa walaupun seorang auditor mempunyai komitmen organisasional yang tinggi belum tentu keinginan untuk meninggalkan organisasinya menjadi lebih kecil, bisa juga keinginan untuk meninggalkan organisasinya juga akan menjadi lebih besar. Hal ini disebabkan karena seorang auditor akan memilih pekerjaan lain yang jauh lebih baik dari pekerjaannya sekarang ini.

Motivasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan kerja dibuktikan dengan nilai *β* adalah 0,266 pada tingkat signifikan 0,069 > 0,05, sehingga Ha ditolak dan menerima Ho. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih (2003) dan Rahadyan, dkk. (2008), yang membuktikan bahwa motivasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja auditor. Artinya bahwa apabila seorang auditor mempunyai semangat kerja yang tinggi, maka dia juga akan merasakan kepuasan yang tinggi juga dari pekerjaannya di KAP.

Kepuasan kerja berpengaruh secara negatif terhadap *turnover intentions* dibuktikan dengan nilai *β* adalah -0,295 pada tingkat signifikan 0,043 < 0,05, sehingga Ha diterima dan menolak Ho. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tery (1992), yang membuktikan bahwa kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang negatif terhadap *turnoverintentions*(keinginan pindah).Artinya bahwa apabila seorang auditor merasa puas dengan

gaji, promosi, profesinya dan juga lingkungan kerjanya, maka keinginan untuk meninggalkan organisasi dan profesinya menjadi kecil, karena mereka merasa bahwa semua harapan yang dia inginkan sudah dapat terpenuhi.

KESIMPULAN

Kesimpulan hasil yang dapat diberikan berdasarkan analisis dalam studi ini adalah
bahwa komitmen profesional akan mampu menurunkan keinginan pindah para aauditor melalui komitmen organisasional dan kepuasan kerja. Hal ini mempunyai arti bahwa seorang auditor harus mempunyai rasa bangga untuk memberitahukan orang lain bahwa profesi dia saat ini telah menginspirasi dia dalam bekerja dan juga merasa senang karena telah memilih profesi auditor ini untuk bisa bekerja. Dapat dikatakan bahwa jika seorang auditor mempunyai sikap profesionalisme yang tinggi dan juga sikap bangga terhadap profesinya saat ini, maka dia juga akanmempunyai komitmen yang tinggi juga terhadap KAP nya.
Komitmen organisasional yang dimiliki para auditor mempunyai arti bahwa mereka merasa bangga dapat menjadi bagian dari organisasi dimana dia bekerja, sehinggaakan memberitahukan orang lain sehubungan dengan apa yang dirasakannyadan juga adarasa bangga terhadap profesinya saat iniyang akan mampu membangkitkankepuasan kerja yang tinggi terhadap tugas dan tanggung jawabnya.
Kepuasan kerja yang tinggi pada akhirnya akan mampu menurunkan keinginan pindah para auditor.keinginan untuk berpindah. Hal ini berarti juga bahwa jika seorang auditor merasa puas dengan pekerjaannya, merasa puas karena telah bekerja di KAP ini dan memiliki rekan kerja yang kooperatif, gotong royong serta rekan kerja yang mampu memberikan dukungan moral satu sama lain, maka keinginan untuk meninggalkan pekerjaannya saat ini menjadi kecil, karena seorang auditor dengan kepuasan kerja yang tinggi, akan merasa senang dalam melakukan pekerjaan mereka dan berusaha untuk tidak mencari pekerjaan lain. Sebaliknya, auditor yang merasa tidak puas dengan pekerjaannya, maka dia cenderung untuk keluar dari pekerjaannya sekarang dan mencari alternatif pekerjaan lain yang lebih baik.

Keterbatasan Penelitian
Pada penelitian ini secara umum menghasilkan model yang kurang baik, karena ada tiga dari empat model yang memiliki nilai *Adjusted R Square*yang berada dibawah 50%, sehingga dapat dikatakan bahwa model yang diajukan kurang mampu menjelaskan variabel dependennya.

DAFTAR PUSTAKA

Amilin dan Rosita Dewi, 2008. "*Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Akuntan Publik Dengan Role Stress Sebagai Variabel Moderating",* JAAI.
Aranya, N. & K. Ferris, 1984. 'A Reexamination of Accountants'

Organizational-Professional Conflict. *The Accounting Review*, vol. 59, 1-15.

Arifiyanto, Tommy Viana, 2008. *Analisis Pengaruh Antara Kepemimpinan, Komitmen dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Swalayan Hardjono di Baturetno*, Skripsi tidak terpublikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Chusna Miftahul, 2010. *Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Keinginan Auditor Berpindah (Studi Pada Kantor Akuntan Publik Kota Semarang),* Skripsi tidak terpublikasi, Unisbank.

Cohen, et.al. 2001. Effective Behavior in Organization, Singapore: McGraw-Hill, Book Co.

Dennis, M., Dennis Duchon, and Wilda Meixner. 1991. *The Measurement of Organizational and Profesionnal Commitment: An Examinations of the Psychometric Properties of Two Commonly Used Instrument.*.Behavioral Research in Accounting Vol.3.

Djati, Pantja dan Khusaini, "*Kajian Pengaruh Kepuasan Kompensasi, Komitmen Organisasi dan Prestasi Kerja",* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.

Ghozali, Imam, 2005. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gregson, T. 1992. *An Investigation of the Causal Ordering of Job Satisfaction and Organizational Commitment in Turnover Models in Accounting*. Behavioral Research in Accounting Vol.4:80-95.

Indrawati Etik, 2009. "*Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Keinginan Berpindah Kerja (Survey pada KAP di Wilayah Surakarta)",* Skripsi.

Kadir dan Didik Ardiyanto, 2003.*Pengaruh Komitmen Organisasional Terhadap Kepuasan Kerja dan Keinginan Karyawan Untuk Berpindah,* Jurnal Maksi, Vol.2.

Kuntjoro, Zainuddin, 2010. *Komitmen Organisasi*, http://www.google.com.

Larson, M.S. 1977. The Rise of Professiolanism: A Sociological Analysis (Berkeley: University of California Press).

Lee, et. Al. 2000. An Alternative Approach: The Unfolding Model of Voluntary Employee Turnover, *Academy of Management Review*, vol. 19, no. 1, 51-89.

Lekatompessy, Jantje Eduard, 2003, "*Hubungan Profesionalisme Dengan Konsekuensinya: Komitmen Organisasional, Kepuasan Kerjs, Prestasi Kerja Dan Keinginan Untuk Berpindah*", Jurnal Bisnis dan Akuntansi, No. 1, hal 69-84.

Luthan, F. 2006. Organizational Behavior.The McGraw Hill Companies.Inc.

Nasution, 2006. *Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan Keinginan Berpindah; Investigasi Empiris Pada Berbagai Unit Kerja di Universitas Bengkulu,* Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol.13, No. 200.

Pareke, JS. Fahrudin, 2004. *Hubungan Keadilan dan Kepuasan Dengan Keinginan Berpindah: Peran Komitmen Organisasional Sebagai Variabel Remedial,* Jurnal Siasat Bisnis, Vol.2 No.9.

Porter, L.R., Steers, R. Mowday, & P. Boultan. 1974. Organizational Commitment, Job Satisfaction, and

Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, vol. 59. No. 5, 603-609

Setiawan, Denny, 2007. *Analisis Pengaruh Kepuasaan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Keinginan Berpindah Kerja Auditor (Studi Kasus Pada KAP di Kota Semarang),* Skripsi tidak terpublikasi, Unisbank.

Sulistyawati, Dyah, 2008. "*Analisis Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Keinginan Berpindah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Untar Di Jakarta",* Jurnal Manajemen.

Susanto, Y.K, 2012. Organizational and Professional Commitment and Their Effect on Job Satisfaction, *Journal of Economics , Business & Accountancy Ventura*, Accreditation No. 110/DIKTI/kep/2009, vol. 15, no.1, april, 127-132.

Tranggono, Rahadyan Probo dan Andi Kartika, 2008. "*Pengaruh Komitmen Organisasional Dan Profesional Terhadap Kepuasan Kerja Auditor Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening",* Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol 15, No. 1, hal 80-90.

Trisnaningsih, Sri. 2003. *Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan Kerja Auditor* : *Motivasi sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Kantor AkuntanPublik di Jawa Timur).* Jurnal Riset Akuntansi Indonesia Vol. 6, No. 2 2003.

Wijayanti, Candra Fenny, 2009. *Pengaruh Kepuasaan Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap Keinginan Untuk Keluar Dari Suatu Organisasi Pada Perawat di RSI Hidayatullah Yogyakarta*, Jurnal Manajemen, Vol.5 No.2 Yogyakarta.

FAMILY AS THE ULTIMATE OWNERSHIP AFFECTS TO FIRM PERFORMANCE

I Putu Sugiartha Sanjaya[1)]
Email : siputusugiartha@yahoo.com
[1)]Atma Jaya University, Yogyakarta

ABSTRACT

The objective of this paper is to investigate family ownership as controlling shareholder affecting to firm performance. Sample of this study is 604 observations during 2001-2007. This study uses purposive sampling to collect data from the Indonesian Stock Exchange. This study collects and searches ultimate ownership on chain of ownership structure in manufacturing companies. This study uses ultimate ownership because the reality of ownership structure in public companies in Indonesia is concentrated. This study identifies direct and indirect ownerships on chain of ownership. Based on direct and indirect, this study can identify ultimate ownership whether are family or not family ownership. This study uses return on assets to proxy firm performance. The return is operating income. The results of this study are family ownership negatively affect to firm performance. It indicates that higher ownership by family leads lower firm performance. These results suggest that entrenchment effect is more dominant than alignment effect on the family ownership.
Keywords: *Ultimate Ownership, Family, Firm Performance, Entrenchment Effect*

ABSTRAK

Tujuan studi ini adalah untuk menginvestigasi keluarga sebagai pemegang saham pengendali yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Sampel studi ini 604 observasianselama 2001-2007. Studi ini menggunakan purposive sampling untuk mengumpulkan data dari Bursa Efek Indonesia. Studi ini mengumpulkan dan menelusuri pemilik ultimat pada rantai struktur kepemilikan pada perusahaan-perusahaan manufaktur. Studi ini menggunakan pemilik ultimat karena realita struktur kepemilikan pada perusahaan publik di Indonesia terkonsentrasi. Studi ini mengindentifikasi kepemilikan langsung dan tidak langsung pada rantai kepemilikan. Berdasarkan pada kepemilikan langsung dan tidak langsung, studi ini dapat mengindentifikasi apakah pemilik ultimat adalah keluarga atau non keluarga. Studi ini menggunakan return on assets untuk proksi kinerja perusahaan. Return diukur dengan laba operasi. Hasil studi ini adalah kepemilikan perusahaan oleh keluarga secara negatif mempengaruhi kinerja perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa kepemilikan lebih besar oleh keluarga menyebabkan kinerja perusahaan menjadi menurun. Hasil ini menegaskan efek entrenchment lebih dominan dibanding efek alignment pada kepemilikan keluarga.
Katakunci: Pemilik Ultimat, Keluarga, Kinerja Perusahaan, Efek Entrenchment

PENDAHULUAN

Tujuan studi ini adalah untuk menginvestigasi pengaruh keluarga sebagai pemilik ultimat perusahaan publik terhadap kinerja perusahaan. Penulis termotivasi untuk melakukan studi ini karena, pertama, keluarga adalah mayoritas pemilik ultimat di beberapa perusahaan publik di Indonesia. Hal ini dibukukan oleh Siregar (2006) dan Sanjaya (2011a). Kedua, beberapa peneliti di Indonesia menggunakan kepemilikan imediat untuk menentukan kepemilikan perusahaan oleh keluarga. Hal ini dilakukan oleh Prabowo dan Simpson (2011). Kepemilikan imediat atau kepemilikan langsung tidak dapat digunakan untuk menentukan kepemilikan perusahaan oleh keluarga atau bukan keluarga. Ketiga, penelitian yang menelusuri kepemilikan ultimat di Indonesia masih sangat terbatas jumlahnya seperti yang dilakukan oleh Febrianto (2005), Siregar (2006), Septiyanti (2007), Kresnawati (2007), Sanjaya (2010, 2011a, 2011b, 2012). Kepemilikan perusahaan publik di Indonesia banyak dilakukan dengan cara struktur kepemilikan piramida (Siregar, 2006; dan Sanjaya, 2011a).

Salah satu bukti anekdot struktur kepemilikan piramida untuk menelusuri keluarga sebagai pemilik ultimat adalah pada PT GT Petrocem Industries Tbk tahun 2001 dan PT Tunas Baru Lampung Tbk tahun 2001 yang diperoleh dari Pusat Data Bisnis Indonesia. Kepemilikan PT GT Petrochem Industries Tbk pada tingkat kepemilikan imediat tidak ditemukan pemegang saham ultimat. Pada rantai kepemilikan langsung tidak ada nama keluarga atau individu sebagai pemegang saham PT GT Petrochem Industries Tbk. Pemegang saham pada kepemilikan langsung adalah satu perusahaan non publik dan satu perusahaan publik yaitu PT Gajah Tunggal Mulia (19,20%), PT Gajah Tunggal Tbk (50,19%), dan publik (30,61%). Penelusuran rantai kepemilikan PT Gajah Tunggal Tbk ditemukan PT Gajah Tunggal Mulia(57,18%), PT Gajah Tunggal Sakti (10,08%), PT Surya Grahareksa (0,01%), koperasi (0,29%), dan publik (32,50%). Tidak ada nama keluarga atau individu dalam rantai kepemilikan langsung PT Gajah Tunggal Tbk.

Penelusuran dilanjutkan dengan menelusuri kepemilikan PT Gajah Tunggal Mulia dan ditemukan Sjamsul Nursalim (2,50%) dan PT Daya Patria Corporation (97,50%). Pada rantai kepemilikan ini juga belum diketahui siapa pemilik ultimat perusahaan ini. Penelusuran dilakukan pada kepemilikan PT Daya Patria Corporation. Ada beberapa nama ditemukan seperti Sjamsul Nursalim (41,25%), Itjih Sjamsul Nursalim, Gustimego (3,13%), Fredy Gozali (2,50%), Muljati Gozali (3,13%), dan Hendra Soerijadi (2,50%).Itjih adalah istri Sjamsul Nursalim. Gustimego, Fredy Gozali, dan Muljati Gozali adalah kerabat Itjih Sjamsul Nursalim. Oleh karena itu, mereka dapat digolongkan dalam satu keluarga. Berdasarkan penelusuran ini, keluarga Sjamsul Nursalim adalah pemilik ultimat baik pada PT GT Petrochem Industries Tbk dan PT Gajah Tunggal Tbk. Fredy Gozali

menjadi Presiden Direktur PT GT Petrochem Industries Tbk dan Gustimego menjadi Wakil Presiden Komisaris PT GT Petrochem Industries Tbk. Sementara, Sjamsul Nursalim menjadi Presiden Komisaris PT Gajah Tunggal Tbk dan Gustimego dan Mulyati Gozali menjadi Wakil Presiden Direktur dan Direktur PT Gajah Tunggal Tbk.

Ini adalah salah satu gambaran umum kepemilikan perusahaan yang ada di Indonesia. Menurut Siregar (2006), ada55,61% perusahaan publik yang menggunakan struktur kepemilikan piramida. Sementara, Sanjaya (2011b) menemukan 68,49% perusahaan publik dalam industri manufaktur selama periode 2001 sampai 2007 yang dikendalikan atau dimiliki oleh keluarga. Fenomena ini penting untuk diteliti yang berhubungan dengan kinerja perusahaan. Apakah kepemilikan ulitmat oleh keluarga memberi dampak positif atau negatif bagi kinerja perusahaan.

McConaughty et al. (1998) and Anderson and Reeb (2003) menjelaskan bahwa kendali oleh keluarga seharusnya meningkatkan nilai persuahaan. Keluarga sebagai pemegang saham memiliki suatu kepentingan dalam meminimalisasi konflik kepentingan dan mengelola perusahaannya untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Ketika keluarga masih memiliki hubungan dengan perusahaan untuk periode yang lama, mereka memiliki suatu perspektif jangka panjang yang lebih kondusif untuk membuat keputusan dalam penciptaan nilai bagi perusahaan. James (1999) berpendapat bahwa keluarga berinvestasi dalam pola yang efisien karena mereka lebih fokus dengan transfer kekayaan bagi generasinya dibanding mengkonsumsi sendiri semasa hidupnya. Holderness and Sheehan (2000) menegaskan bahwa kebutuhan untuk mempertahankan suatu hubungan baik dengan masyarakat investasi untuk memfasilitasi peningkatan kas masa depan dan memperoleh biaya modal yang lebih rendah mendorong keputusan-keputusan yang optimal bagi perusahaan.

Studi-studi yang menguji hubungan antara kepemilikan keluarga dan nilai perusahaan menghasilkan hasil yang beraneka ragam (*mixed*). Smith dan Amoako-Adu (1999), Morck et al. (2000), Perez-Gonzalez (2001) dan Claessens et al. (2002) menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga secara negatif mempengaruhi kinerja perusahaan. Sementara, McConaughy et al. (1998), Anderson dan Reeb (2003), dan Barontini and Caprio (2004) membukukan suatu hubungan positif antara kontrol oleh keluarga dan nilai perusahaan.

Dalam bagian berikutnya, paper ini menjelaskan tentang kajian teori dan pengembangan hipotesis. Berikut, paper ini membahas tentang desain riset. Pada bagian empat paper ini, dijelaskan tentang hasil penelitian. Terakhir, paper ini menjelaskan simpulan, keterbatasan, dan saran.

TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepemilikan Keluarga

Secara historis, pemisahan kepemilikan dan manejemen menjadi dasar yang penting dalam tata kelola

perusahaan. Hubungan pemilik dan manajemen yang tidak secara langsung dekat dalamhal pengelolaan perusahaan. Sepanjang pemilik adalah pemegang saham tunggal atas perusahaannya, ia kemungkinan mengikuti perkembangan perusahaan dan mengawasi manajemen perusahaan seperti yang terjadi dalam perusahaan keluarga.

Ketika kepemilikan saham menjadi tersebar, ini menjadi lebih sulit untuk mempertahankan pengawasan langsung oleh para pemegang saham. Secara khusus dalam kasus kepemilikan saham tersebar pada perusahaan publik, kekuatan pengawasan oleh pemilik menjadi tiada. Manajer lebih tertarik untuk memikirkan kepentingannya dibanding kepentingan para pemegang saham. Ini adalah potensi untuk menimbulkan konflik kepentingan yang lebih dikenal sebagai teori "*principal-agent*". Dalam suatu model, seseorang mencari mekanisme pendisiplinan untuk menekan manajer agar mereka memberi perhatian yang lebih kepada kepentingan para pemegang saham. Seorang direktur independen di sini berfungsi sebagai satu dari sekian banyak pengungkit yang fundamental. Mekanisme pendisiplinan yang lain adalah remunarasi yang berkaitan dengan kinerja yang dibayar dalam bentuk saham atau opsi karena pasar dapat mengendalikan perusahaan dan mengganti manajemen yang berkinerja buruk.

Apapun model perusahaan, pemegang saham tetap mendelegasikan kewenangan kepada dewan direksi. Dewan direksi mengawasi atau mensupervisi perusahaan pada umumnya dan manajemen secara khusus di samping dewan menetapkan kebijakan dan strategi umum perusahaan. Ini menunjukkan bahwa manajemen dipercaya hari demi hari untuk mengimplementasikan strategi dan rencana perusahaan. Karena perusahaan keluarga kurang pengawasan profesional oleh pemegang saham. Secara khusus dalam perusahaan keluarga, ada kebutuhan untuk direktur independen dan professional.

Perusahaan keluarga adalah perusahaan yang mana anggota pendiri perusahaan melanjutkanposisi kepemilikannya dalam manajemen puncak, dewan, atau sebagai *blockholders* perusahaan. Perusahaan keluarga dikarakteristikan oleh kepemilikan terkonsentrasi keluarga pendiri perusahaan dan melibatkan secara aktif anggota keluarga ini dalam manajemen perusahaan. Ini dikatagorikan sebagai kepemilikan terkonsentrasi keluarga pendiri perusahaan dan melibatkan secara aktif anggota keluarganya dalam manajemen perusahaan sebagai top eksekutif atau direksi.

Dalam perusahaan publik, perusahaan-perusahaan dikendalikan oleh keluarga yang menunjukkan jumlah yang signifikan di Asia dan Eropa (Faccio dan Lang, 2002; La Porta etal., 1999). Menurut Anderson dan Reeb (2003), kira-kira 1/3 perusahaan yang dimiliki secara publik di Amerika Serikat diklasifikasi sebagai perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga. Dampak kendali keluarga dalam perusahaan mungkin berbeda antara perusahaan publik yang dikendalikan

keluarga dan perusahaan privat. Karena perusahaan publik cenderung dihadapkan pada biaya keagenan antara manajer dan pemegang saham yang sering tidak terjadi pada perusahaan privat. Lebih lanjut, perusahaan publik mungkin menghadapi biaya keagenan yang lain antara pemegang saham pengendali dan non pengendali sebagai akibat dari struktur kepemilikan piramida dan kepemilikan silang.

Literatur menegaskan bahwa kepemilikan keluarga mungkin memiliki dampak positif bagi perusahaan. Berdasarkan pada karakteristik spesifik, perusahaan keluarga sering dikaitkan dengan hubungan*innate household*. Keluarga sebagai pemegang saham keluarga memiliki kecenderungan untuk memindahkan kontrolnya kepada anak-anaknya untuk tetap mengendalikan perusahaan (Lubatkin et al., 2005). Sebagai akibatnya, pemegang saham keluarga dapat didorong untuk menginvestasikan pada perusahaan lebih efektif (Bruton et al., 2003; James, 1999; Westhead dan Cowling, 1998). Lebih lanjut, sebuah perusahaan keluarga sering berkaitan dengan keterlibatan keluarga yang begitu tinggi dan perioda yang panjang dalam manajemen. Kemudian perusahaan-perusahaan yang dikendalikan keluarga memiliki pengalaman yang lebih dalam pengakuan oportunitis dan ketidakpastian dan menjadi lebih memiliki wawasan perencanaan (*planning horizons*) yang jangka panjang. Ini tidak hanya mendorong peningkatan yang berkelanjutan, tetapi juga mendorong keluarga untuk memiliki *patience* selama investasi dalam peluang-peluang bisnis yang baru untuk menciptakan kekayaan keluarga (Casson, 1999 dan Zahra, 2005).

Lebih lanjut, teori keagenan menegaskan bahwa pemisahan kepemilikan dan kendalian pada perusahaan publik dapat menyebabkan manajer mengerjakan apa yang menjadi kepentingannya di atas kepentingan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976). Menurut Anderson dan Reeb (2003), Shleifer dan Vishny (1986), dan Jensen dan Meckling (1976), ketika keluarga sebagai pemegang saham, mereka akan memiliki insentif untuk meminamilisasi masalah keagenan dan mengawasi keputusan-keputusan manajerial yang berkaitan dengan proyek perusahaan yang efektif. Menurut Bruton et al. (2003), hal ini dilakukan untuk menjaga nilai perusahaan jangka panjang dan mendorong manajemen untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan yang dapat memaksimalisasi nilai perusahaan.

Kepemilikan keluarga, bisa jadi merintangi (berdampak negatif) sebuah perusahaan untuk berinvestasi dalam usaha penciptaan nilai perusahaan. Karena ada efek nepotisme. Berdasarkan efek ini, perusahaan yang dikendalikan keluarga mungkin lebih memilih untuk menempatkan anggota keluarga yang relatif kurang kompeten. Menurut Lubaktin et al. (2005), nilai perusahaan akan menurun ketika pegawai dari anggota keluarga yang tidak kualifikasi ditempatkan pada posisi tim manajemen perusahaan. Nepotisme juga dapat mengurangi

efektivitas dalam pengawasan agen oleh keluarga. Karena hubungan ini terjadi antara anak dan orang tua yang secara potensial menjadi bias dalam membuat pertimbangan atau penilaian atas kinerja agen yang anaknya sendiri (Lubatkin et al., 2005; Schulze et al., 2003; Schulze et al., 2001).

Nepotisme juga dapat menyebabkan pemilik keluarga untuk menguntungkan diri sendiri ketika mereka memutuskan untuk membuat keputusan pengembangan perusahaan. Dalam nepotisme ini, mereka juga salah menggunakan sumber daya perusahaan dalam aktivitas perusahaan untuk keuntungan pribadi. Praktik struktur kepemilikan piramida dan kepemilikan silang memfasilitasi pemilik keluarga untuk mengendalikan perusahaan pada porsi lebih besar hak kontrol dibanding hak aliran kas. Struktur ini adalah popular di Indonesia (Siregar, 2006; dan Sanjaya, 2011a). Dalam hal demikian, keluarga sebagai pemegang saham pengendali menjadi lebih termotivasi untuk mengekspropriasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi yang akan menjadi beban bagi pemegang saham non pengendali (Claessens et al., 2002; La Porta et al., 1999). Dalam hal demikian, investasi dalam proyek-proyek perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga tidak bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Sisi Positif Kendali Keluarga Bagi Perusahaan

Persaingan antara perusahaan keluarga dan non-keluarga dapat dilihat dari dua perspektif yaitu kepemilikan (*ownership*) dan manajemen (management). Dari perspektif kepemilikan, keunikan perusahaan keluarga adalah bahwa anggota keluarga menguasai aset perusahaan secara substansial. Dari persepektif manajemen, satu karakteristik umum dari perusahaan keluarga adalah bahwa anggota keluarga menjadi manajemen puncak perusahaan.

Demsetz dan Lehn (1985) berpendapat bahwa posisi ekuitas yang terkonsentrasi dan kontrol manajemen, yang termasuk keberadaan keluarga pendiri perusahaan, memberi keluarga suatu keunggulan untuk pengawasan perusahaan tersebut. Investor yang terkonsentasi memiliki insentif lebih besar dibanding kepemilikan tersebar untuk menghindari konflik antara pemilik dan manajer dan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Ketika kekayaan dari perusahaan secara kuat berhubungan dengan kinerja perusahaan, anggota keluarga memiliki insentif yang kuat untuk mengawasi manajer professional. Sebagai akibatnya, *free-rider* yang dihubungkan dengan perusahaan non-keluarga dengan kepemilikan saham yang tersebar dapat dikurangi. Karena kepemilikan terkonsentrasinya, anggota keluarga juga memiliki lebih besar kekuasaan pemegang saham yang lainnya untuk mencapai tujuan mereka. Anderson dan Reeb (2003), dan Burkart et al., (2002) mengamati bahwa perusahaan-perusahaan dengan lebih aktif keterlibatan oleh anggota keluarga cenderung mempunyai kinerja yang lebih baik.

Lubatkin et al. (2005) menegaskan bahwa suatu ciri unik sebuah perusahaan keluarga adalah hubungan antara anak dan orang tua dalam bisnis. Dalam hubungan ini, anggota keluarga mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka memiliki hak untuk mengalokasikan properti perusahaan (Stark dan Falk, 1998). Pandangan ini mempunyai konsekuensi penting karena ini dapat membantu menyelaraskan pilihan-pilihan untuk strategi pertumbuhan dan pengambilan risiko antara keluarga dan perusahaan. Pemegang saham keluarga lebih tertarik untuk berinvestasi pada proyek-proyek yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Lebih jauh, berdasarkan pada sifat hubungan *household*, anggota keluarga sering lebih mempertimbangkan pihak lain dibanding pihak luar. Hal ini akan mensejajarkan insentif di antara anggota keluarga (Eshel et al., 1998). Sebagai akibatnya, manajer keluarga akan berkomitmen untuk menjalankan organisasi dengan baik (Lubatkin et al., 2005).

Dari perspektif *stewardship*, individu-individu secara organisasional dan kolektivitas ada dalam kebutuhanpada level yang lebih tinggi seperti *self-actualization*. Manajer keluarga ingin berkomitmen untuk menciptakan keberhasilan organisasi di atas kepentingan pribadi (Davis et al., 1997). Kedua efek *household relations* dan *stewardship* menegaskan bahwa manajer padaperusahaan yang dikendalikan oleh keluarga mungkin tidak menjadi sarana untuk pemenuhuan kepentingan pribadi semata. Melainkan, mereka sering bertindak yang terkait dengan kemanfaatan *stakeholders*-nya (Fox dan Hamilton, 1994). Pemegang saham keluarga juga sering memiliki informasi yang lebih baik tentang perusahaan, yang dapat mendorong mereka untuk menjalankan perusahaaanya dengan perspektif jangka panjang (Bruton et al., 2003). Davis (1983) menegaskan bahwa *family bonds* dan kepercayaan dapat menjadikanperusahaan keluarga suatu keunggulan dalam persaingan dibanding bisnis non keluarga. Temuan Miller et al. (2008) mendukung pandangan ini bahwa manajer keluarga sering bertindak dengan prinsip-prinsip *stewardship*.

Manajer professional bisa juga berpartisipasi dalam pengoperasionalisasi perusahaan-perusahaan keluarga publik. Hal ini dapat menciptakan konflik kepentingan antara manajer profesional dan keluarga sebagai pemegang saham pengendali (Chau et al., 2009). Literatur yang berbasis teori keagenan berpendapat bahwa pemegang saham pengendali memiliki cukup kekuatan dan insentif untuk mengawasi secara efisien keputusan-keputusan manajerial. Menurut Shleifer dan Vishny (1997), pemegang saham yang besar (*large shareholders*) dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan para pemegang saham.

Keluarga pengendali mungkin juga memiliki insentif, kekuasaan, dan informasi yang sama untuk mengawasi manajer. Misalkan, representasi keluarga pengendali dapat mengurangi kemungkinan manajer untuk memenuhi kepentingan pribadinya (Anderson dan Reeb, 2003). Kepemilikan

terkonsentrasi dapat membantu pemilik untuk menurunkan diskresi manajer (Jensen dan Meckling, 1976; Shleifer dan Vishny, 1986). Anderson dan Reeb (2003) dan Hoskisson et al. (1994) menegaskan bahwa *blockholders* bisa jadi tidak menginjinkan suatu strategi buruk untuk diikuti yang akan berdampak buruk pada kinerja perusahaan.

Sisi Negatif Kendali Keluarga bagi Perusahaan

Efek nepotisme dalam suatu perusahaan publik yang dikendalikan oleh kelurga bisa juga menyebabkan anggota keluarga untuk meyakini bahwa mereka adalah *free ride* dan tidak berkaitan dengan tanggung jawabnya (Lubatkin et al., 2005; Perez-Gonzalez, 2006; Schulze et al., 2003). Dalam nepotisme, suatu perusahaan keluarga bisa jadi mempunyai suatu keinginan untuk memberi anggota keluarga kenyaman kerja yang tidak tersedia di tempat lain. Akan tetapi, anggota keluarga bisa jadi tidak memiliki kualifikasi yang cukup untuk menempati posisi tersebut. Karena, perusahaan keluarga akan lebih memilih untuk menempatkan anggota keluarganya dibanding memilih pihak profesional (Perez-Gonzalez, 2006; Weidenbaum, 1996).

Yeh (1994) menjelaskan bahwa anggota keluarga sering terlibat dalam manajemen puncak perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga. Ketika CEO atau direktur terbatas bagi anggota keluarga, pilihan ini dapat berdampak buruk bagi perusahaan karena ada risiko pada pemilihan proyek yang tidak menguntungkan perusahaan (Ben-Amar dan Andre, 2006; Lubatkin et al., 2005; Yeh dan Woidtke, 2005).

Nepotisme dapat juga secara sistematis menguntungkan keluarga dibanding perusahaan. Hal ini dapat mengurangi efektivitas pengawasan dan pendisiplinan pada agen keluarga (Schulze et al., 2003). Ketika kekuatan keluarga melindungi agen keluarga, agen ini dapat mengalokasikan sumber daya perusahaan untuk proyek yang tidak efisien tanpa tekanan untuk diganti (Ben-Amar dan Andre, 2006; Schulze et al., 2001; Villalonga dan Amit, 2006). Yeh and Woidtke (2005) menegaskan bahwa perusahaan-perusahaan di Taiwan dengan jumlah direktur yang terkait dengan keluarga sebagai kendali perusahaan menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

Nepotisme dapat menciptakan biaya keagenan yang lebih spesifik dalam perusahaan keluarga. Ini akibat dari insentif struktur perusahaan keluarga yang diperoleh keluarga yang berkaitan dengan nepotisme (Schulze et al., 2001). Masalah pengendalian sendiri timbul dari kurang kemampuan dan pengawasan disiplin yang sepatutnya dilakukan. Perusahaan-perusahaan keluarga publik akan dihadapkan pada masalah-masalah kontrol sendiri karena mereka secara mudah mendapatkan pendanaan dari berbagai macam sumber publik dibanding perusahaan privat. Akibatnya, pemegang saham pengendali dalam perusahaan publik memiliki suatu perhatian untuk menggunakan aset perusahaan untuk manfaat anggota keluarga (Lubatkin et al., 2005).

Ketika sebuah perusahaan publik diikuti oleh masalah kontrol sendiri (*self-control*) dan nepotisme, ini adalah hal yang sangat sulit bagi manajer keluarga untuk mengembangkan perusahaan dalam usaha pincaptaan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Misalkan, melalui partisipasi dalam *joint ventures*, manajer keluarga akan memperluas jaringannya untuk mendapatkan manfaat sosial seperti status atau prestis. Ini dapat menciptakan manfaat ekonomi seperti kesempatan kerja di dalam perusahaan atau kerjasama organisasi (Reuer dan Ragozzino, 2006). Manfaat ekonomi ini lebih jauh menguntungkan anggota keluarga.

Hasil Penelitian Sebelumnya

Ng (2005) menguji hubungan antara kepemilikan keluarga dan kinerja perusahaan dalam suatu lingkungan kepemilikan oleh keluarga yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial. Studi ini menunjukkan bahwa hubungan antara kepemilikan keluarga dan kinerja keuangan seperti dalam bentuk kubik dengan pola *entrenchment-alignment-entrenchmen*. Hasil ini menunjukkan kepemilikan manajerial 1%-16,86% menyebabkan kinerja perusahaan menurun. Ketika kepemilikan manajerial 16,87%-63,17%, kepemilikan keluarga menyebabkan kinerja perusahaan meningkat. Ketika kepemilikan keluarga lebih dari 63,17%, kinerja perusahaan kembali menurun.

Yeh et al. (2001) menganalisis kendali oleh keluarga dan tata kelola perusahaan yang menggunakan sampel perusahaan-perusahaan Taiwan. Hasil penelitian Yeh et al. (2001) menunjukkan ada hubungan yang tidak linear antara perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga dan kinerja perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang dikendalikan keluarga yang memiliki level kontrol yang rendah memiliki kinerja lebih rendah dibanding perusahaan-perusahaan yang dikendalikan keluarga dengan level kontrol yang lebih tinggi dan perusahaan dimiliki secara luas.

Anderson dan Reeb (2003) menginvestigasi hubungan antara perusahaan yang didirikan oleh keluarga dan kinerja perusahaan. Penelitian ini menemukan perusahaan keluarga mempunyai kinerja yang lebih baik dibanding perusahaan non keluarga.

Villalonga dan Amin (2006) menganalisis isu pemisahan hak kontrol dan hak aliran kas pada sampel perusahaan yang termasuk dalam daftar Fortune 500 antara tahun 1994 sampai 2000. Villalonga dan Amin (2006) membukukan bahwa konsentrasi kepemilikan keluarga secara positif berhubungan dengan profitabilitas. Hasil ini menegaskan bahwa kepemilikan keluarga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Akan tetapi, mekanisme yang dapat meningkatkan kontrol melalui lintas kepemilikan, piramida, dan *multiple voting shares* secara negatif mempengaruhi kinerja perusahaan.

Klein et al. (2005) menganalisis hubungan nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* dan indeks tata kelola perusahaan yang efektif untuk sampel 263 perusahaan publik di Kanada. Klein et al, (2005) menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga sebagai bagian dari tata

kelola perusahaan secara negatif mempengaruhi nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga di Kanada tidak membuat pengelolaan perusahaan menjadi lebih baik tetapi menjadi lebih buruk. Ibrahim dan Samad (2011) membandingkan tata kelola perusahaan dan kinerja perusahaan antara perusahaan publik di Malaysia dari tahun 1999 sampai 2005 yang dimiliki oleh keluarga dan non keluarga. Studi ini membukukan bahwa nilai perusahaan secara rata-rata lebih rendah bagi perusahaan yang dimiliki keluarga dibanding dimiliki non keluarga.

Prabowo dan Simpson (2011) menganalisis hubungan antara struktur dewan dan kinerja perusahaan dalam perusahaan-perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga (*family-controlled firms*). Prabowo dan Simpson (2011) menggunakan sampel perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Prabowo dan Simpson (2011) menemukan bahwa direktur independen dalam dewan memiliki hubungan yang tidak signifikan dengan kinerja perusahaan. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kepemilikan perusahaan oleh keluarga secara negatif berhubungan dengan kinerja perusahaan. Ini berarti semakin besar kepemilikan oleh keluarga menyebabkan semakin rendah kinerja perusahaan. Kepemilikan perusahaan publik oleh keluarga di Indonesia tidak menjadi berita baik bagi pelaku pasar modal. Karena mereka cenderung akan memanfaatkan kekuatan kendalinya terhadap perusahaan yang akan berdampak pada penurunan kinerja.

Hipotesis

Menurut Berghe dan Carchon (2002), suatu perusahaan keluarga adalah sebuah perusahaan yang mana anggota pendiri perusahaan melanjutkan posisi kepemilikannya dalam manajemen puncak, dewan, atau sebagai *blockholders* perusahaan. Karakteristikan perusahaan keluarga adalah kepemilikan terkonsentrasi oleh keluarga pendiri perusahaan.

Ada dua perspektif dalam perusahaan keluarga yaitu kepemilikan (*ownership*) dan manajemen. Berdasarkan sudut pandang kepemilikan, keluarga menguasai aset perusahaan, sementara dari sudut pandang manajemen, anggota keluarga menjadi manajemen puncak perusahaan.

Kepemilikan perusahaan oleh keluarga dapat menjadi baik atau buruk bagi perusahaan. Keberadaan keluarga pendiri perusahaanmenjadi keunggulan untuk pengawasan perusahaan.Keluarga memiliki kesempatan yang besar untuk mengawasi manajer profesionaldalam usaha menjaga kinerja perusahaan. Secara empiris dampak positif perusahaan keluarga dibukukan oleh Villalonga dan Amin (2006), Anderson dan Reeb (2003) dan Burkart et al. (2002).

Ciri unik perusahaan keluarga adalah ada hubungan antara anak dan orang tua. Ini dapat membantu menyelaraskan pilihanstrategi untuk pertumbuhan perusahaan.Keluarga tertarik pada proyek yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pada sifat hubungan *household*, keluarga lebih mementingkan pihak lain di

atas kepentingannya. Dalam hel demikian, manajer keluarga akan berkomitmen untuk menjalankan organisasi dengan baik.

Ada *self-actualization* pada keluarga sehingga manajer keluarga berkomitmen untuk menjalankan perusahaan dengan benar. Keluarga memiliki informasi lebih tentang perusahaandalam perspektif jangka panjang.Keluarga pengendali juga memiliki insentif, kekuasaan, dan informasi yang sama untuk mengawasi manajer. Keluarga dapat mengurangi kemungkinan tindakan manajer yang hanya untuk kepentingan pribadi. Kepemilikan terkonsentrasi juga dapat membantu pemilik untuk mengurangi diskresi manajer. Keluargajuga tidak menginjinkan strategi buruk yang berdampak buruk pada kinerja perusahaan.

Keluarga juga memiliki sisi negatif seperti yang dikemukan oleh Klein et al. (2005), Ibrahim dan Samad (2011), dan Prabowo dan Simpson (2011).Ini terjadi karena ada efek nepotisme. Nepotisme dapat menyebabkan anggota keluarga sebagai *free rider*. Dalam nepotisme, keluarga pemili akan memberi kenyaman bagi anggota padahal mereka tidak memiliki kualifikasi yang cukup. Perusahaan keluarga lebih memilih anggota keluarganya dibanding memilih pihak profesional untuk posisi tertentu dalam perusahaan.

Ketika direktur perusahaan terbatas bagi anggota keluarga, ini akan berdampak buruk bagi perusahaan seperti yang dikemukan oleh Ben-Amar dan Andre (2006), Lubatkin et al.(2005), dan Yeh dan Woidtke(2005).Nepotisme hanya menguntungkan keluarga dibanding perusahaan. Ini dapat mengurangi efektivitas pengawasan pada agen keluarga sehingga agen dapat mengalokasikan sumber daya perusahaan untuk proyek yang tidak menguntungkan. Perusahaankeluarga dihadapkan pada masalah kontrol sendiri (*self-control*) sehingga mereka cenderung menggunakan aset perusahaan untuk kepentingan keluarga. Kontrol sendiri dan nepotisme menjadi faktor yang sangat sulit bagi manajer untukmeningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan keluarga di Indonesia dimiliki melalui struktur kepemilikan piramida. Dalam struktur ini, ada kepemilikan langsung dan tidak langsung. Data kepemilikan tidak langsung tidak tersedia bagi publik. Bahkan, perusahaan ini tidak secara sukarela mengungkapkan ini dalam pelaporan keuangannya. Hal ini sangat jelas pada kasus PT Bank Century Tbk yang mana pemegang saham pengendali tidak ada pada kepemilikan langsung yang ada dalam laporan keuangan. Keluarga memiliki perusahaan publik dilakukan melalui perusahaan-perusahaan privat yang sulit diakses oleh publik. Ini menjadi insentif yang besar bagi keluarga sebagai pemegang saham pengendali untuk melakukan tindakan ekspropriasi. Sanjaya (2010, 2011b, 2012b) menemukan bahwa efek *entrenchment* lebih dominan dibanding efek *alignment* pada perusahaan publik di Indonesia. Oleh karena itu, studi ini menduga bahwa keluarga sebagai pemilik ultimat atau pemegang saham pengendali menyebabkan kinerja perusahaan turun. Untuk membuktikan dugaan

ini secara empiris, studi ini merumuskan hipotesis sebagai berikut.

Ha:Keluarga sebagai pemilik ultimat berpengaruh secara negatif pada kinerja perusahaan.

METODE ANALISIS

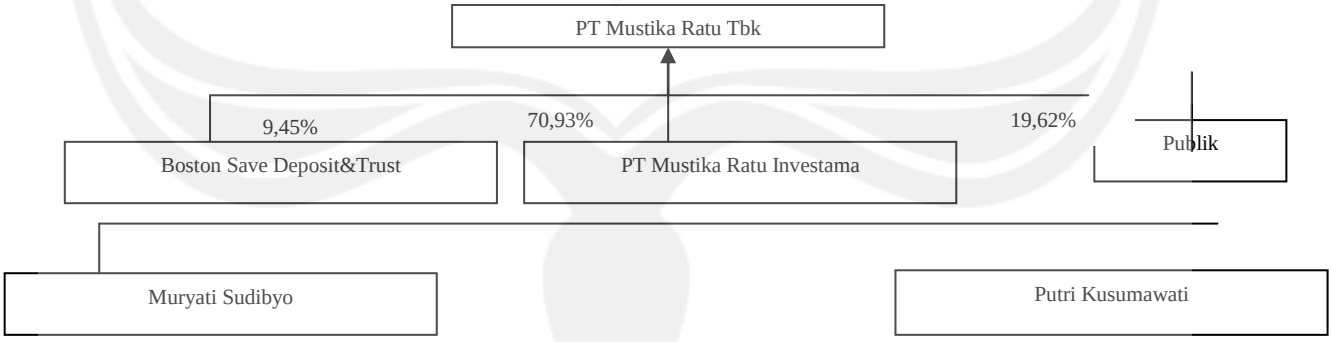
Sampel

Sampel penelitian ini adalah perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonsia (BEI) pada tahun 2001 sampai 2007. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*.Sampel kelompok industri manufaktur terdaftar selama 2001-2007. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan tahunan selama 2001-2007.Teknik pengumpulan data studi ini adalah data arsip. Salah satu bentuk pengumpulan data arsip adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh dari beberapa sumber seperti Bursa Efek Indonesia untuk laporan keuangan auditan dan Database OSIRIS serta Pusat Data Bisnis Indonesia untuk kepemilikan ultimat. Jumlah tahun perusahaan (year firm) adalah sebanyak 604 perusahaan.

Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepemilikan keluarga. Variabel ini dinilai dengan menggunakan skala nominal. Nilai 1 adalah kepemilikan keluarga dan 0 adalah lainnya. Untuk mengetahui perusahaan publik dimiliki oleh keluarga sebagai pemilik ultimat, penulis melakukan penelusuran dalam rantai kepemilikan perusahaan baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengambil contoh ilustrasi dalam proceeding Sanjaya (2011) sebagai berikut.

Berikut ini adalah struktur kepemilikan tanpa mekanisme pada PT Mustika Ratu Tbk.



Putri Kusumawati adalah putri Mooryati Soedibjo dan Soedibjo Purbo Hadiningrat sehingga PT Mustika Ratu Investama dimiliki oleh keluarga Mooryati 100%. Dengan demikian, hak kontrol dan hak aliran kas keluarga Mooryati adalah 70,93%. Ini adalah keluarga sebagai pemegang saham pengendali yaitu keluarga Muryati Sudibyo karena Putri K. adalah anak dari Muryati S.

Variabel Depeden

Variabel depeden dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan. Kinerja ini diproksikan dengan rasio ROA (Return on Assets). Rasio ini diukur dengan laba operasi dibagi dengan total aset.

Variabel Kontrol

Dalam studi ini, ada dua variabel kontrol yaitu leverage dan size perusahaan. Kedua variabel secara konsisten digunakan sebagai variabel kontrol agar model penelitian menjadi lebih baik dalam menjelaskan tentang kausalitas antara variable indenpenden dan dependen.

Model Empiris

Model empiris dalam penelitian ini menggunakan regeresi berganda sebagai berikut.

$ROA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 Keluarga_{it} + \beta_2 Leverage_{it} + \beta_1 Size_{it} + ei.$

HASIL ANALISIS

Statistik Deskriptif

Tabel: 1
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ROA	.0567	.05665	604
LEVERAGE	1.4018	1.77459	604
SIZE	27.2960	1.50951	604
KELUARGA	.7086	.45478	604

Output statistik deskriptif di Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah sampel adalah 604. Nilai mean kinerja perusahaan adalah 0,0567. Deviasi standar kinerja perusahaan adalah 0.05665. nilai mean *Leverage* adalah 1,4018 dan deviasi standar 1,77459. Nilai mean Size adalah 27,2960 dengan deviasi standar adalah 1,509.

Hasil Uji Hipotesis

Sebelum uji hipotesis, studi ini sudah melakukan pengujian asumsi klasik. Normalitas, autokorelasi, multikoliniaritas, dan heteroskedastisitas tidak ada dalam model empiris.

Dependent Variable: ROA
Method: Least Squares
Date: 06/21/12 Time: 11:58
Sample: 1 604
Included observations: 604

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LEVERAGE	0.010351	0.001172	8.829209	0.000
SIZE	0.003544	0.001382	2.56451	0.0106
KELUARGA	-0.05101	0.004356	-11.7097	0.000
C	-0.0184	0.038686	-0.47557	0.6346

R-squared	0.271015	Mean dependent var	0.056694
Adjusted R-squared	0.26737	S.D. dependent var	0.056651
S.E. of regression	0.04849	Akaike info criterion	-3.20833
Sum squared resid	1.410752	Schwarz criterion	-3.17917
Log likelihood	972.9155	F-statistic	74.35402
Durbin-Watson stat	2.027399	Prob(F-statistic)	0.000

Berdasarkan hasil analisis data di Tabel 2 menunjukkan bahwa keluarga secara negatif dan signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Ini ditunjukkan oleh nilai koefisien keluarga bernilai -0,05101 dan secara statistik signifikan pada alfa 1%.

Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan keluarga sebagai pemegang saham pengendali atau pemegang saham ultimat tidak menguntungkan bagi perusahaan. Hasil ini juga mendukung sisi buruk keberadaan keluarga dalam perusahaan publik. Berdasarkan hasil analisis ini hipotesis penelitian (H_1) didukung. Hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian yang dilakukan di luar negeri seperti Ibrahim dan Samad (2011), dan Prabowo dan Simpson (2011)Klein, Shapiro, dan Young (2005). Smith dan Amoako-Adu (1999), Morck, Strangeland, dan Yeung (2000), Perez-Gonzalez (2001) dan Claessens et al. (2002) yang menunjukkan kepemilikan keluarga secara negatif mempengaruhi kinerja perusahaan.

Hasil seperti ini karena fenomena kepemilikan perusahaan di Indonesia didominasi oleh keluarga yang menjadi pemilik ultimat atau pemegang saham pengendali. Manajer perusahaan-perusahaan keluarga di Indonesia didominasi oleh anggota keluarga pemegang saham pengendali. Dalam fenomena perusahaan keluarga, pendiri perusahaan melanjutkan kepemilikannya baik dalam manajemen puncak dan dewan komisioner. Kepemilikan keluarga dalam perusahaan dapat menghalangi perusahaan untuk berinvestasi dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan atau melebihkan belanja investasi.

Fakta investasi di Indonesia yang dimuat dalam Majalah Trust (2003) adalah PT BPT Tbk yang mengakuisisi 60% PT EML.Pemilik kedua perusahaan ini adalah PP (hanya sekedar inisial).

Saham perusahaan yang dijual oleh PP adalah saham PT EML yang 40% sahamnya sudah dimiliki sendiri oleh PT BPT Tbk. Alasan mereka mengakuisisi PT EML adalah pertimbangan bisnis yang sangat rasional. Penguasaan penuh atas PT EML membuat PT BPT Tbk lebih menjamin kesinambungan pasokan bahan baku bagi anak perusahaan lainnya yaitu PT TELP&P. Dalam tubuh PT EML, PP memiliki 60% saham melalui PT TSP (50%) dan PT MK (10%). Secara keseluruhan, nilai jual 60% saham PT EML ke PT BPT Tbk adalah US$255,600,000. Angka ini meliputi US$213,000,000 sebagai harga 50% saham PT TSP dan US$42,600,000 sebagai harga 10% saham PT MK.

Pembahasan mengenai pembelian saham tersebut seolah-olah baru akan dilakukan dalam rapat pemegang saham yang digelar akhir bulan Maret 2003. Padahal, uang muka yang jumlahnya sangat besar sudah diterima PP sejak tahun 1998. PT TSP dan PT MK adalah milik PP yang tercatat memiliki 60% saham PT EML. Pada saat yang sama, PT MK menguasai 1,16% saham PT BPT Tbk dan PT TSP menguasai 23,81% saham PT BPT Tbk. Kejadian ini merupakan upaya PP melangkahi PT Tas yang memiliki 15,22% saham PT BPT Tbk. PT Tas lebih setuju jika uang untuk akuisisi

digunakan untuk membayar utang perusahaan yang sudah menumpuk. PT Tas juga menengarai kemungkinan terjadi *marked-up* dalam proses akuisisi. PT Tas menilai harga US$255,600,000 untuk 60% saham PT EML adalah terlalu mahal. Pendapatan PT EML setiap tahunnya tidak lebih dari US$20,000,000. Hal seperti ini benar-benar cara PP untuk membobol dana PT BPT Tbk.

Dalam akuisisi ini, PT Tas dan pemegang saham nonpengendali lainnya dirugikan. Di tengah kerugian PT BPT Tbk mencapai Rp959.000.000.000 pada tahun 1998, PT BPT Tbk masih memiliki uang tunai sebesar US$204,000,000 yang digelontorkan kepada PP. Jika dibagi dengan luas lahan yang dikuasai oleh PT ELM, nilai jual setiap hektarnya mencapai Rp58.000.000. Padahal, harga tanah di hutan waktu itu paling mahal adalah Rp10.000.000 per hektar. Akibat akuisisi yang tidak normal itu, harga saham PT BPT Tbk langsung turun. Pada waktu krisis politik mulai melanda Indonesia pada bulan Juni 1998, saham PT BPT Tbk masih bisa mencapai harga per lembar Rp825. Akan tetapi, pada Maret 1999 ketika laporan keuangan 1998 dilansir, harga saham PT BPT Tbk langsung jatuh ke harga Rp225 per lembar. Ketika pertama kali PT BPT Tbk mendapat penilaian *disclaimer*, saham PT BPT Tbk langsung turun ke harga Rp75 per lembar.

Kasus PT BPT Tbk menunjukkan bagaimana PP sebagai pemegang saham pengendali PT BPT Tbk mendapatkan manfaat privat yang merugikan pemegang saham nonpengendali. Ini bisa ditelusuri pertama, ketika nilai jual setiap hektar tanah yang seharusnya dihargai Rp10.000.000 menjadi Rp58.000.000. Kenaikan harga tanah ini secara jelas merugikan pemegang saham nonpengendali karena PT BPT Tbk seharusnya mengeluarkan kas Rp10.000.000. Ini berarti ada kelebihan kas yang dikeluarkan sebesar Rp48.000.000 per hektar. Kedua, harga saham PT BPT Tbk berturut-turut mengalami penurunan mulai dari Rp825 per lembar menjadi Rp75 per lembar. Penurunan harga saham PT BPT juga merugikan pemegang saham nonpengendali karena harga pasar saham PT BPT semakin menurun. Tindakan PT BPT Tbk untuk mengakuisisi PT EML adalah kemauan pemegang saham pengendali yaitu PP. Tindakan ini merupakan tindakan ekspropriasi yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali.

Kasus salah investasi dan eksprorpasi yang bisa jadi menyebabkan penurunan pada kinerja perusahaan terjadi karena ada nepotisme. Dalam kondisi nepotisme, perusahaan lebih memilih untuk menempatkan anggota keluarga yang relatif kurang kompeten. Ini menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun jika anggota keluarga yang tidak berkualitas ditempatkan dalam komposisi manajemen perusahaan. Nepotisme mengurangi efektivitas pengawasan terhadap agen oleh keluarga. Ini terjadi karena ada hubungan antara anak dan orang tua.

Nepotisme dapat memfasilitas keluarga untuk menguntungkan diri sendiri seperti dalam pengembangan perusahaan. Keluarga juga salah menggunakan sumber daya

perusahaan hanya untuk keuntungan pribadi.

Praktik struktur kepemilikan piramida dan kepemilikan silang memfasilitasi pemilik keluarga untuk mengendalikan perusahaan pada porsi yang lebih besar hak kontrol dibanding hak aliran kas. Struktur ini adalah popular di Indonesia. Ini dibuktikan secara empiris oleh Siregar (2006), dan Sanjaya (2011a). Keluarga lebih termotivasi untuk mengekspropriasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi yang akan menjadi beban bagi pemegang saham non pengendali (Claessens, Djankov, Fan, dan Lang, 2002). Investasi dalam proyek-proyek perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga tidak bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam nepotisme, perusahaan keluarga mempunyai keinginan untuk memberi anggota keluarga kenyamanan kerja yang tidak tersedia di tempat lain. Anggota keluarga tidak memiliki kualifikasi yang cukup untuk menempati posisi tersebut. Perusahaan keluarga lebih memilih untuk menempatkan anggota keluarganya dibanding memilih pihak professional. Anggota keluarga sering terlibat dalam manajemen puncak perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga. Ini dapat berdampak buruk bagi perusahaan karena ada risiko pada pemilihan proyek-proyek yang tidak menguntungkan perusahaan. Nepotisme secara sistematis menguntungkan keluarga dibanding perusahaan. Ketika kekuatan keluarga melindungi manajer, mereka dapat mengalokasikan sumber daya perusahaan yang tidak efisien. Nepotisme dapat menimbulkan biaya keagenan yang berkaitan dengan nepotisme. Keluarga mungkin memiliki suatu perhatian untuk menggunakan aset perusahaan untuk manfaat anggota keluarga.

Kondisi seperti ini menyebabkan kinerja perusahaan menurun. Ini adalah kerugian yang harus ditanggung oleh pemegang saham non pengendali. Mereka tidak dapat menerima manfaat sementara keluarga bisa mendapat sesuatu. Turunnya kinerja perusahaan mengndikasikan capaian oleh perusahaan dalam suatu periode adalah buruk. Ini akan berdampak kepada modal saham yaitu ada penurunan harga saham yang menyebabkan pemegang saham non pengendali tidak mendapatkan *capital gains*.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tujuan penelitian ini tercapai karena penelitian ini membukukan hasil penelitian yang menunjukkan keluarga menyebabkan kinerja perusahaan menjadi lebih buruk. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan keluarga pada perusahaan publik tidak memberi efek positif.

Hal ini bisa terjadi karena nepotisme begitu kuat masih terjadi pada perusahaan publik. Ini bisa diketahui dari keberadaan manajer perusahaan adalah anggota keluarga pemegang saham pengendali atau pemilik ultimat. Hasil penelitian ini semakin menegaskan bahwa efek *entrenchment* lebih besar kemungkinan terjadi pada

perusahaan-perusahaan publik di Indonesia.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sebuah informasi baik investor yang ada sekarang di Bursa Efek Indonesia atau investor potensial serta kreditor dan calon kreditor untuk mempertimbangkan fenomena ini dalam manajemen risikonya.

Keterbatasan penelitian ini adalah periode waktu hanya 2001-2007. Padahal, laporan keuangan yang ada sekarang ini adalah 2011. Hal ini terjadi karena data kepemilikan ultimat yang berhasil dikumpulkan oleh penulis hanya periode ini. Untuk menambah data ini, kendala biaya dan waktu yang membatasi penulis untuk melakukan pengumpulan ini. Karena data ini adalah data yang sangat sulit untuk bisa diperoleh.

Saran bagi penelitian berikutnya adalah dapat mengembangkan hasil riset ini
pada industri non manufaktur. Untuk mengeneralisasi hasil penelitian ini. Kedua, periset yang akan datang dapat menguji kembali dengan proksi yang berbeda yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Ketiga, periset yang akan datang dapat memfokuskan lagi fenomena-fenomena masalah keagenan dalam perusahaan yang dimiliki oleh keluarga. Kepemilikan ini nampaknya rentan akan masalah keagenan yang berujung pada kerugian publik.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, R., Mansi, S. A., dan Reeb, D. (2003), Founding-family ownership and the agency cost of debt. *Journal of Financial Economics*, 68: 263–285.

Anderson, R. dan Reeb, D.M. (2003), Founding-family ownership and firm performance:evidence from the S&P 500. *Journal of Finance*, 58: 1301–29.

Burkart. M.. Panunzi, F., dan Shleifer, A. (2002), Family firms. *Working Paper*, Harvard University.

Barontini, R. dan Caprio, L. (2004), The Effect of ownership structure and family controlon firm value and performance: Evidence from Continental Europe. *Working Paper*.

Ben-Amar, W. dan Andre, P. (2006), Separation of ownership from control and acquiring firm performance: The case of family ownership in Canada. *Journal of Business Finance and Accounting*, 33: 517–549.

Bruton, G., Ahlstrom, D., dan Wan, J. (2003), Turnaround in East Asian firms: Evidence from ethnic overseas Chinese communities. *Strategic Management Journal*, 24: 519–540.

Casson, M. (1999), The economics of the family firm. *Economic History Review*, 47: 10–23.

Claessens, S., Djankov, S., Fan, J., dan Lang, H. P. (2002), Disentangling the incentive and entrenchment effects of large shareholdings. *Journal of Finance*, 57: 2741–2771.

Ng, C. Y. M.. (2005), An Empirical Study on the relationship between ownership and performance in a family-based corporate environment. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 121-146.

Chau, J. H., Chrisman, J. J., dan Bergiel, E. B. (2009), An agency theoretic analysis of the professionalized family firm. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33: 355–371.

Demsetz, H. dan Lehn. K. (1985), The structure of corporate ownership: Causes and consequences. *Journal of Political Economy, 93*, 1155-1177.

Davis, P. 1983. Realizing the potential of family business. *Organizational Dynamics*, 12: 47–56.

Davis, J. H., Schoorman, F. D., dan Donaldson, L. (1997), Toward a stewardship theory of management. *Academy Management Review*, 22: 20–47.

Eshel, I., Samuelson, L., dan Shaked, A. (1998), Altruists, egoists, and hooligans in a local interaction model. *American economic Review*, 88: 157–179.

Faccio, M. and Lang, L.H.P. (2002), The Ultimate ownership of Western European Corporations. *Journal of Financial Economics*, 65: 365–95.

Febrianto, R. 2005. The Effect of Ownership Concentration on the Earnings Quality: Evidence from Indonesian Companies. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 8 (2): 105-120.

Fox, M. A. dan Hamilton, R. T. (1994), Ownership and diversification: Agency theory or stewardship theory. *The Journal of Management Studies*, 31: 69–81.

Hoskisson, R. E., Johnson, R. A., dan Moesel, D. D. (1994), Corporate divestiture intensity in restructuring firms: Effects of governance, strategy, and performance. *Academy of Management Journal*, 37: 1207–1251.

Ibrahim, H., dan Samad, F.A. (2011), Agency cost, corporate governance mechanisms and performance of public listed family firms in Malaysia. *S. Afr. J. Bus. Manage*, 42 (3): 17-25.

James, H. (1999), Owner as manager: Extended horizons and family firm. *International Journal of the Economics of Business* 6: 41–56.

Jensen, M. C. dan Meckling, W. H. (1976), Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3: 305–360.

La Porta, R., De-Silanes, F. L. dan Shleifer, A. (1999), Corporate ownership around the world. *Journal of Finance*, LIV: 471–517.

Lubatkin, M. H., Schulze, W. S., Ling, Y., dan Dino, R. N. (2005), Commentary: The effects of parental altruism on the governance of family-managed firms. *Journal of Organizational Behavior*, 26: 313–330.

Kresnawati, E. 2007. Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Penggeseran Risiko dan Pentransferan Sumber Daya terhadap Ekspropriasi Pemegang Saham Minoritas Perusahaan Pengakuisisi: Pengujian Empiris terhadap Pergeseran Konflik Keagenan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 10 (2): 147-161.

Klein, P., Shapiro, D., dan Young, J. (2005), Corporate governance, family ownership and firm value: the Canadian evidence. *Corporate Governance*, 13 (6): 769-783.

McConaughy, M.L., Walker, M.C. Henderson Jr, G.V. dan Mishra, C.S. (1998), Founding Family Controlled Firms: Efficiency and Value. *Review of Financial Economics*, 7: 1–19.

Morck, R. Stangeland, D.A. dan Yeung, B. (2000), Inherited wealth, corporate control and economic growth: The Canadian disease?' in R. Morck (ed.), Concentrated Corporate Ownership (National Bureau of Economic Research): 319–69.

Perez-Gonzalez, F. (2006), Inherited control and firm performance. *American Economic Review*, 96: 1559–1588.

Prabowo, M., dan Simpson, J. (2011). Independent directors and firm performance in family controlled firms: evidence from Indonesia. *Asian-Pacific Economic Literature*, 121-132.

Reuer, J. J. dan Ragozzino, R. (2006), Agency hazards and alliance portfolios. *Strategic Management Journal*, 27: 27–43.

Sanjaya, I. P. S. (2010), Entrenchment and alignment effect on earnings management. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 13(3): 247-264.

Sanjaya, I. P. S. (2011a), Agency problem in Indonesia: The case of firms in manufacturing industry in Indonesia Stock Exchange. *Journal of International Business and Economics*, 11(1): 94-103.

Sanjaya, I. P. S. (2011b), The influence of ultimate ownership on earnings management: Evidence from Indonesia. *Global Journal of Business Research*, 5(5): 61-69.

Sanjaya, I. P. S. (2012), The employee stock ownership program phenomena: Evidence from Indonesia. *Review of Business and Finance Studies*, 3 (2): 9-20.

Schulze, W., Lubatkin, M. H., Dino, R., dan Buchholtz, A. K.(2001), Agency relationship in family firms: Theory and evidence. *Organization Science*, 12: 99–116.

Schulze, W., Lubatkin, M. H., dan Dino, R. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18: 473–490.

Septiyanti, R. 2007. Pengaruh Risiko Ekspropriasi pada Hubungan Antara Struktur *Corporate Governance* dan Pengungkapan Informasi serta Implikasinya pada Nilai Perusahaan. Disertasi. Universitas Gadjah Mada.

Shleifer, A., dan Vishny, R. (1986), Large shareholders and corporate control. *Journal of Political Economy*, 94: 461–488.

Shleifer, A., dan Vishny, R. (1997), A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52: 737–783.

Siregar, B. 2006. Pemisahan Hak Aliran Kas dan Hak Kontrol Dalam Struktur Kepemilikan Ultimat. *Disertasi*. Universitas Gadjah Mada.

Smith, B. F., dan Amoako-Adu, B. (1999), Management Succession and Financial Performanceof Family Controlled Firms. *Journal of Corporate Finance*, 5: 341–68.

Stark, O., dan Falk, I. (1998), Transfers, empathy formation, and reverse transfers. *American Economic Review*, 88: 271–276.

Weidenbaum, M. (1996), The Chinese family business enterprise. *California Management Review*, 38: 141–156.

Westhead, P., dan Cowling, M. (1998), Family firm research: The need for a methodological rethinks. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23: 31–56.

Yen, G. F. (1994), Bipolar coexistence in the organization system of Taiwanese family enterprises-perspective of system stability. *Management Review*, 13: 1–22.

Yeh, Y. H. dan Woidtke, T. (2005), Commitment or entrenchment? Controlling shareholders and board composition. *Journal of Banking and Finance*, 29: 1857–1885.

Yeh, Y.H., Lee, T. S., dan Woidtke, T. (2001), Family control and corporate governance: evidence from Taiwan. *International Review of Finance*, 2: 21-48.

Zahra, S. A. (2005), Entrepreneurial risk taking in family firms. *Family Business Review*, 18: 23–40.

ANALYZE THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT, ORGANIZATIOAN LEARNING VISIONARY, MANAJERIAL COMPETENCE AND NETWORKING COMPETENCE TOWARDS PERFORMANCE OF PRIVATE HIGHER EDUCATION IN KOPERTIS REGION JAKARTA

Muslikh M. Noor[1)]
E-mail : aqilmuslikh@yahoo.com
[1)]Yarsi University

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of organizational commitment, organizatioan learning visionary, manajerial competence and networking competence toward performance of private higher education in Kopertis Region Jakarta.This study is classified into an explanatory or confirmatory survey hypothetic testing survey intented to explain the inter-variables influence or inter-variables causal relationship throught the hipothetic testing. Moreover it might be classified into a perceptional or opinion based research as well. All study programs are 1.083 under the private higher education Coordinator (Kopertis) Region III Jakarta were as population. Sampel size of this study was 250 head of stdy program on private higher education in Kopertis Region III Jakarta. The information and data on organizational commitment, organization learning visionary, manajerial competence, networking competence and performance of private higher education were acquired through views, responses, or evaluation from the heads of study program those private higher education, which later in this stydi termed the research respondent or the primary data source. Data colledted with quesionery and measured with 10 scale.The Structural Equation Modeling (SEM) method is used to analyzed tehe research data. Based on data analyzed and hypothetic testing, the result of this studi were showed: spirituality and academic atmosphere were influance significantly toward organizational commitment. Organizational commitmen was influence significantly toward organization performance. Organization learning visionary was influence significantly toward manajerial competence and networking competence. Organization learning visionary was influence significantly toward private education performance. Manajerial competence and networking competence were influence significantly toward private higher education.

This studi has limitation that test the overall model accuracy not be said to be a very good fit, but adequate fit, because the values of the reference and test criteria for the suitability of existing models and statistical are not met, so only approximate reference value/cut of value. Based on this, we can conclude the levelof ability in explaining the relationship between variables are relatively low.

Keywords: *Organizational Commitment, Organizational Learning Visionary Managerial Competence, Networking Competence, Organizational Performance of Private Higher Education*

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komitmen organisasional, pembelajaran organisasional visioner, kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan terhadap kinerja organisasi. Studi ini termasuk penelitian survey yang dipergunakan untuk maksud penjelasan atau konfirmatori. Studi ini juga disebut penelitian pengujian hipotesis untuk menjelaskan pengaruh antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh program studi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kopertis Wilayah III Jakarta yang berjumalh 1.083. Sampel penelitian ini berjumlah 250 responden yang diwakili oleh kepala program studi. Informasi atau data diperoleh berdasarkan pandangan,tanggapan, persepsi atau penilaian dari kepala program studi yang selanjutnya disebut dengan responden atau sebagai sumber data primer. Pengumpulan data dengan kuesioner dan pengukuran data dengan skala 10. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* melalui program *Analysis of Moment Structure (AMOS)* versi 16.0. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, studi ini menghasilkan beberapa temuan yang dapat dirangkumkan sebagai berikut: spiritualitas dan budaya akademik berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasional. Komitmen organisasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Pembelajaran organisasional visioner berpengaruh signifikan terhadap kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan. Pembelajaran organisasional visioner berpengaruh signifikan terhadap kinerja Perguruan Tinggi Swasta. Kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja Perguruan Tinggi Sawsta. Penelitian ini berimplikasi teoritis maupun manajerial. Pada tataran teoritis, studi ini mendukung penelitian-penelitian terdahulu. Pada tataran manajerial studi ini memberikan sumbangan kepada Dikti dan Kopertis serta pimpinan Perguruan Tinggi Swasta. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu uji ketepatan model secara keseluruhan tidak dapat dikatakan sebagai a *very good fit* melainkan *adequate fit*, karena hasil nilai-nilai yang menjadi acuan dan kreteria dalam uji kesesuaian dan uji statistik model ada yang tidak terpenuhi,sehingga hanya mendekati nilai acuan/*cut of value*. Berdasarkan hal ini maka dapat dikatakan tingkat kemampuan dalam menjelaskan hubungan antar variable relative rendah.

Kata Kunci: *Komitmen Organisasional, Pembelajaran Organisasional visioner, Kompetensi Manajerial, Kompetensi Menjalin Hubungan, Kinerja Perguruan Tinggi Swasta .*

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendekatan manajemen dengan perspektif *humanistik* seperti komitmen organisasional dianggap relevan dengan perkembangan sekarang ini, karena sesuai dengan perubahan lingkungan organisasi yang sangat cepat. Perspektif *humanistik* menempatkan sumberdaya manusia sebagai faktor sentral dalam meningkatkan keunggulan organisasi. Smberdaya manusia merupakan aset organisasi (*human capital*) yang paling dapat diandalkan dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, karena memenuhi kreteria faktor keunggulan bersaing yaitu sulit ditiru oleh pesaing dan dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Sumber daya yang mempunyai komitmen organisasional dan kompetensi yang tinggi merupakan modal dasar bagi organisasi dalam meningkatkan kinerjanya.

Sumberdaya manusia yang memiliki komitmen organisasional dan kompetensi diharapkan dapat menjadi keunggulan suatu organisasi. Komitmen organisasional dapat diperoleh dari individu itu sendiri maupun dari manajemen, sedangkan kompetensi sumberdaya diperoleh melalui proses pembelajaran organisasional (*organization learning)* yang berkelanjutan.Komitmen organisasional yang merupakan suatu sikap kerja, dewasa ini sering dibicarakan dan diyakini sebagai suatu yang harus dimenangkan oleh organisasi.

Komitmen organisasional telah menjadi salah satu sumber nilai keunggulan bersaing bagi suatu organisasi. Hal ini perlu dicermati oleh organisasi yang operasionalnya sangat mengandalkan sumberdaya manusia. Komitmen organisasional menjadi isu strategis bersamaan dengan derasnya arus informasi global, yaitu bagian dari konsekwensi logis globalisasi, dimana Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal serta mampu memetakan ancaman dan peluang yang ada.

Komitmen organisasional yang tinggi akan mendorong individu untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilannya melalui pembelajaran organisasional visioner. Selanjutnya pembelajaran organisasional visioner akan meningkatkan kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan (*networking).* Organisasi yang berorientasi pada pembelajaran organisasional visioner akan selalu meningkatkan hubungan dengan pihak-pihak lain (*stakeholder*). Seorang individu yang mempunyai komitmen organisasional tinggi akan terdorong untuk meningkatkan pembelajaran organisasional visioner. Pembelajaran organisasional visioner dapat meningkatan kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan yang pada akhirnya akan peningkatan kinerja organisasi.

Suatu organisasi tidak bisa melakukan perubahan dengan cepat dan menghasilkan kinerja yang baik serta mangalami kesulitan bila anggota organisasi tidak memiliki komitmen organisasional yang tinggi. Individu yaang mempunyai komitmen organisasional yang tinggi

akan memberikan prestasi yang terbaik bagi organisasi. Peningkatan komitmen organisasional menjadi sangat penting bagi organisasi, karena komitmen organisasional dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi organisasi. Bila organisasi mempunyai keunggulan kompetitif maka dapat memenangkan persaingan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja organisasi.

Perguruan Tinggi Swasta (PTS) sekarang menghadapi persaingan yang kompetitif baik persaingan sesama Perguruan Tinggi Swasta (PTS), persaingan dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN), persaingan dengan lembaga pendidikan dari luar negeri yang beropersi di Indonesia. Untuk bisa bertahan dan memenangkan persaingan, salah satunya adalah meningkatkan kualitas sumberdaya manusianya melalui komitmen organisasional, pembelajaran organisasional visioner dan meningkatkan kompetensi organisasi baik kompetensi manajerial maupun kompetensi menjalin hubungan.

1.2. Research Gap

Research Gap Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Organisasi.Banyak penelitian tentang *anteseden* komitmen organisasional dan pengaruhnya terhadap kinerja organisasi. Namun demikian ada perbedaan hasil penelitian yang menganalisis *anteseden* komitmen organisasional dan pengaruhnya terhadap kinerja organisasi, sehingga pertanyaan bagaimana cara membangun komitmen organisasional dan bagaimana dampaknya terhadap kinerja organisasi sangat menarik untuk diteliti. Penelitian Kaye dan Jordan Evans (2000) bahwa komnitmen organisasional dipengaruhi oleh faktor-faktor organisasional seperti pengembangan karir, budaya organisasi dan kepemimpinan. Selain faktor organisasional, faktor individual seperti spiritualitas juga berpengaruh terhadap komitmen organisasional (Zohar dan Marshal (2000). Batemen dan Streser (1994) menemukan bahwa komitmen organisasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Curry *et al*.(1986) mengatakan bahwa komitmen organisasional tidak berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

Research Gap Pengaruh Pembelajaran Organisasional Terhadap Kinerja Organisasi. Organisasi yang melakukan eksperimen dan mampu belajar dari pengalaman-pengalamannya akan lebih sukses dibandingkan dengan organisasi yang tidak melakukannya (Wheelen dan Hunger,2003). Organisasi yang melaksanakan pembelajaran organisasional akan berusaha untuk meningkatkan kinerjanya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Lie *et al.* (1999) bahwa arti pentingnya pembelajaran organisasional untuk memperoleh keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja organisasi.Penelitian yang dilakukan oleh Lopez *et al.,* (2005) bahwa pembelajaran organisasional mempunyai kontribusi positif baik pada inovasi, daya saing pada kinerja keuangan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kemampuan inovasi dan daya saing perusahaan.

Pembelajaran organisasional dengan melalui aktivitas sumberdaya manusia, memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini disebabkan sumberdaya manusia memegang peranan utamaa dalam membangun filosofi pembelajaran organisasioanl (Khandekar dan Sharma,2006).

Walker (1992) mengemukakan bahwa pembelajaran organisasional berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Namun studi yang dilakukan oleh Kraff *et al*., (1999) mengemukakan bahwa sharing pengetahuan dan pengalaman yang merupakan indikasi pembelajaran organisasional tidak terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Prieto dan Revilla (2006) menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara kemampuan pembelajaran organisasional dengan kinerja bisnis baik kinerja keuangan maupun non-keuangan.

1.3. Fenomena Bisnis Pendidikan Tinggi Swasta

Undang-Undang Dasar 1945 mengamanatkan bahwa tiap-tiap warga negara berhak untuk mendapatkan pendidikan, pengajaran. Pemerintah dalam mengemban amanat sebagaimana disebutkan di atas telah mengatur pendidikan nasional dengan Undang Undang No.20 tahun 2003, tentang sistem pendidikan nasional. Disebutkan bahwa misi pendidikan nasional adalah meningkatkan mutu penalaran, mutu budipekerti, dan ketrampilan setiap warga negara melalui berbagai jalur pendidikan.

Untuk mencapai misi tersebut, penyelenggaraan pendidikan tinggi dilakukan oleh pemerintah melalui Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Perguruan Tinggi Kedinasan (PTK), Perguruan Tinggi Agama (PTA), maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Pergguruan Tinggi Swasta (PTS) ikut berperan dalam mencerdaskan bangsa. Perguruan Tinggi Swasta sebagai salah satu instrumen pendidikan nasional, diharapkan dapat menjadi pusat penyelenggaraan dan pengemangan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian.

Dewasa ini animo masyarakat masih relatif tinggi untuk menyekolahkan putra-putrinya sampai perguruan tinggi. Hal ini merupakan peluang bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Selain itu tingginya minat para pekerja untuk meningkatkan karir dengan cara meneruskan studi lanjut juga merupakan peluang bagi Perguruan Tinggi Swasta. Namun di sisi lain Perguruan Tinggi Swasta (PTS) menghadapi berbagai macam tantangan yaitu persaingan dengan sesama Perguruan Tinggi Swsata, Perguruan Tinggi Negeri maupun dengan lembaga pendidikan dari luar negeri yang membuka perwakilan di Indonesia.

Tantangan yang dihadapi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2005 s/d 2010) adalah (1) jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) meningkat , (2) Perguruan Tinggi Negeri (PTN) menerima mahasiswa dalam jumlah besar, (3) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dan Institut Ilmu Keguruan dan Pendidikan (IKIP) menjadi Universitas, (4) diperbolehkan Perguruan Tinggi asing beroperasi di

Indonesia dan (5) penurunan hasil akreditasi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT). Tangtangan-tantangan tersebut di atas menyebabkan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) mengalami kompetisi yang ketat dan dampaknya terhadap penurunan kinerja, salah satunya adalah jumlah mahasiswa baru.

Berdasarkan tanntangan-tantangan tersebut di atas, yang paling utama menyebabkan turunya jumlah mahasiswa adalah karena Perguruan Tinggi Negeri (PTN) menerima jumlah mahasiswa yang sangat besar. Berdasarkan data yang diperoleh, beberpa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) menerima jumlah mahasiswa sampai 3 kali lipat untuk berbagai macam program, apakah melalui jalur undangan, jalur tes tertulis jalur mandiri atau jalur lainnya.Tantangan tersebut bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) perlu ditanggapi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusiaanya seperti meningkatkan komitmen organisasional, meningkatkan pembelajaran organisasional visioner dan meningkatkan kompetensi organisasi

1.4. Masalah Penelitian

Penelitian ini bertitik tolak dari adanya *researh gap* berupa temuan empiris hasil penelitian yang bersifat kontadiktif yaitu yaitu terdapat perbedaan hasil penelitian pengaruh komitmen organisasional terhadap kinerja organisasi dan perbedaan hasil penelitian pengaruh pembelajaran organisasional terhadap kinerja organisasi serta fenomena bisnis pada obyek penelitian. Berdasarkan *research gap* dan fonomena bisnis tersebut maka rumusan masalah utama penelitian adalah: Bagaimana membangun komitmen organisasional dalam upaya meningkatkan kinerja organisasi: Peran Pembelajaran Organisasional Visioner (Studi Empiris Pada Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III Jakarta**)**

1.5. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kepemimpinan transformasional dan spiritualitas dapat meningkatkan komitmen afektif ?
2. Apakah budaya akademik dan pengembangan karir dapat meningkatkan komitmen kontinuan?
3. Apakah komitmen afektif dan kontinuan dapat meningkatkan pembelajaran organisasional visioner ?
4. Apakah komitmen afektif dan komitmen kontinuan dapat meningkatkan kinerja organisasi?
5. Apakah pembelajaran organisasional visioner dapat meningkatkan kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan?
6. Apakah kompetensi manajerial, kompetensi menjalin hubungan dapat meningkatkan kinerja organisasi?
7. Apakah pembelajaran organisasional visioner mampu meningkatkan kinerja organisasi?

1.6. Telaah Pustaka dan Model Penelitian

a.. *Resource Based View* (RBV)

Resourced-based view merupakan pendekatan yang dipergunakan

organisasi dalam mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan berbasis sumberdaya (Barney 1991; Teece, 1997).Menurut *resourced-based view*, determinan-determinan kinerja organisasi adalah kompetensi-kompetensi dan aset-aset spesifik organisasi, serta mekanisme-mekanisme perlindungan posisi organisasi. Termasuk didalamnya adalah *intangible assets*, seperti ketrampilan dalam teknologi maupun manajerial (Teece *et al*., 1997. Pendekatan *resource-based view (RBV)* menekankan peningkatan keunggulan bersaing berasal dari sumberdaya strategis organisasi. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) memungkinkan perusahaan memperoleh kinerja unggul pada jangka waktu tertentu (Pitts dan Lei, 2003). Inti dari *resourced-based view* adalah bahwa organisasi-organisasi berbeda secara fundamental karena memiliki seperangkat sumberdaya. Pencapaian keunggulan bersaing yang paling efektif adalah dengan menggunakan kompetensi atau kapabilitas perusahaan.

b. *Organization Learning Theory*

Teori pembelajaran orgnisasional dikembangkan oleh Peter Sange (1990), March (1999), Argyris (1977).Organisasi yang melakukan pembelajaran organisasional adalah organisasi yang memiliki keahlian dalam menciptakan, mengambil, dan mentransfer pengetahuan, dan memodifikasi perilakunya untuk merefleksikan pengetahuan dan pengalaman barunya. Organisasi yang melakukan pembelajaran yaitu organisasi dimana para anggotanya secara terus menerus meningkatkan kapasitas kerjasamanya untuk menciptakan hasil yang sungguh-sungguh diinginkan serta pola pikir yang baru serta maju. Pengertian tersebut menjelaskan arti pentingnya pembelajaran *organisasional (Peter Senge 1990)*

Argyris (1977) mendifinisikan pembelajaran organisasional sebagai proses mendeteksi dan mengoreksi kesalahan. Dalam pandangannya ,organisasi belajar melalui individu yang bertindak sebagai agen untuk mereka. Lebih lanjut dikatakan bahwa pembelajaran organisasional dibedakan menjadi pembelajaran organisasional menjadi dua yaitu(1) *learning boundary*,yang berperan untuk meningkatkan *core competencies*, yang disebut dengan *single loop learning*, (2) *generative leaarning* atau *double loop learning*. Kedua tipe pembelajaran ini merupakan proses pembelajaran dalam misi , peluang dan strategi. Proses ini memerlukan pengembangan sistem pemikiran yang berfokus pada proses *interrelationship* dinamis dengan lingkungan yang menghasilkan kreativitas.

c. Komitmen Organisasional

Meyer dan Allen (1991) merumuskan tiga dimensi komitmen organisasional yaitu: *affective commitment* , *continuancecommitment, dan normative commitment*. Ketiga hal ini lebih tepat dinyatakan sebagai komponen atau dimensi dari komitmen organisasional, daripada jenis-jenis komitmen organisasi. Meyer dan Allen (1990) merumuskan suatu definisi mengenai komitmen organisasional sebagai suatu konstruk psikologis yang

merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk melanjutkan keanggotaannya dalam berorganisasi. Berdasarkan definisi tersebut anggota yang memiliki komitmen terhadap organisasinya akan lebih dapat bertahan sebagai bagian dari organisasi dibandingkan anggota yang tidak memiliki komitmen organisasional. Hasil penelitian beberapa pakar menunjukkan bahwa komitmen organisasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

d. Pengembangan Karir

Pengembangan karir merupakan upaya organisasi dalam rangka memberikan kesempatan kepada pegawai untuk meniti karirnya ke jenjang karir yang lebih tinggi dalam rangka mendukung pencapaian tujuan organisasi. Bentuk pengembangan karir pegawai terdiri dari mutasi, promosi tingkat (*grade*) dan promosi jabatan. Upaya pengembangan karir pegawai dilakukan melalui peningkatan kompetensi pegawai sesuai jalur karir melalui pendidikan dan pelatihan, dan pemberian pengalaman kerja .Karir merupakan suatu hal yang penting karena dapat memperkuat dan meningkatkan identitas dan status individu, serta meningkatkan harga diri, karir juga merupakan rangkaian pengalaman peran yang apabila diurut dengan tepat menuju pada tingkat tanggung jawab, status, kekuasaan, namun untuk mencapai tingkat karir tertentu bukanlah suatu hal yang sederhana. Penelitian para pakar menunjukkan pengembangan karir dapat meningkatkan komitmenn organisasional.

e. Kepemimpinan

Kepemimpinan identik dengan kekuasaan. Menurut Hilliriegel dan Slucum (2004), kekuasaan pemimpin dapat bersumber pada: (1) *legitemate power,*kekuasaan yang diperoleh karena posisinya dalam organisasi, sehingga pemimpin mempunyai hak untuk menggunakana pengaruh dan otoritas yang dimilikinya, (2) r*eward power,*kekuasaan yang diperoleh dari kemampuan pemimpin menyediakan sesuatu yang diinginkan pengikutnya sebagai penukar atas perilaku bawahan yang mengikuti perintah atau arahan arahan yang diharapkan dan diinginkan oleh pemimpin tersebut, (3) *coersive power*, adalah potensi yang dimiliki oleh pemimpin untuk mempengaruhi pengikutnya melalui penggunaan sanksi atau punishment, (4) r*eferent power*, pada umumnya dihubungkan dengan yang memiliki karakteristik yang disegeni seperti kerendahan hati, integritas dan keberanian,(5) e*xpert power,*kekuasaan yang terkait dengan kompetensi dan keahlian yang dimiliki seseorang dalam mencapai tujuan dan kemampuan memecah berbagai persoalan yang dihadapi.

Salah satu model kepemimpinaan adalah kepemimpinaan transformasional. Terdapat empat komponen untuk membangun model kepemimpinan transformasional yaitu: (1) *inspirational motivation*, melibatkan perilaku dan komunikasi yang memandu pengikutnya dengan menyediakan mereka dengan suatu s*ense* makna dan tantanagan, (2)

intelectual stimulation, dorongan yang diberikan pada pengikutnya yang innovatif dan kreatif (3) *idealized influence*, mencerminkan perilaku transformasional para pemimpin yang pengikut-pengikutnya berusaha keras untuk melindungi. Pengikutnya secara khas mengagumi, menghormati dan percaya pada pemimpin seperti itu, (4) *individualized consideration,*perhatian khusus yang diberikan oleh seorang pemimpin transformasiosnal kepada setiap keperluan pengikutnya untuk pencapaian dan pengembangan. Gaya kepemimpinan yang efektif dapat meningkatkan komitmen organisasional baik komitmen afektif, komitmen kontinuan maupun komitmen normatif.

f. Budaya organisasi

Ditinjau dari terminologi akademis, budaya organisasi merupakan suatu konstruk yang merupakan abstraksi dari fenomena yang dapat diamati dari banyak dimensi. Sampai saat ini belum ada definisi budaya orgnisasi yang sama dari para ahli. Para pakar budaya organisasi mendefinisikan budaya organisasi dari beragam perespektif dan dimensi. Budaya organisasi merupakan seperangkat asumsi-asumsi, keyakinan keyakinan, nilai- nilai dan persepsi persepsi yang dimiliki para anggota kelompok dalam suatu organisasi yang membentuk dan mempengaruhi sikap dan perilaku kelompok tersebut.Lebih lanjut dikatakan bahwa budaya organisasi mempunyai dua tingkat yaitu: (1) tingkat yang lebih dalam dan kurang diamati sebagai nilai-nilai yang dimiliki bersama dalam suatu kelompok dan cenderung menetap, (2) tingkat yang lebih diamati, menggambarkan pola perilaku yang secara otomatis dianjurkan oleh karyawan lama untuk diikuti rekan kerja mereka yang baru.

Rhenald Kasali (2005), bahwa budaya organisasi adalah norma-norma perilaku, sosial dan moral yang melandasi setiap tindakan dalam organisasi dan dibentuk leh kepercayaan, sikap, dan perioritas para anggotanya. Dikatakan lebih lanjut bahwa budaya organisasi terdiri dari dua lapisan. Lapisan pertama adalah yang umumnya mudah dilihat dan sering dianggap mewakili budaya organisasi secara menyeluruh. Lapisan yang dapat dilihat kasat mata ini seperti : cara orang berpakaian, cara berbicara, berdandan, serta simbul simbul seperti: logo perusahaan, lambang merk, slogan, ritual, simbul-simbul yang dipakai, kegiatan protokoler (serimonial) dan bahasa yang dipakai anggota organisasi. Simbul simbul ini sering disebut identitas organisasi. Lapisan kedua yang umumnya sulit dilihat seperti: nilai nilai pokok, filosofi, asumsi, kepercayaan, sejarah organisasi, proses berfikir dalam organisasi.Budaya organisasional yang sesuai dengan lingkungan organisasi dapat meningkatkan komitmen organisasional

g. Spiritualitas

Studi tentang spiritualitas, terutama sekali semenjak mulai dipopulerkannnya istilah kecerdasan emosional (EQ). serta kecerdasan spiritual (SQ) oleh Zahar dan Marshal pada abad 20. Ghozali (2000) mengungkapkan bahwa hubungan antara tingkat spiritualitas

dan sikap seseorang dapat dijelaskan dari sudut pandang teori *personality,*yang menyatakan bahwa tingkat spiritualitas akan menjadi bagian dari identitas dari seorang karyawan atau personality. Personality dan sikap dan nilai-nilai pada gilirannya menjadi faktor penting dalam menentukan perilaku individu.

Studi Zohar dan Marshal (2000) membahas tentang adanya kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh setiap manusia, yang berpengaruh terhadap segala aspek kehidupannya. Sedangkan Agustian (2001) membahas tentang pengaruh kombinasi kecerdasan emosional dan spiritual (ESQ) yang dilandaskan pada nilai-nilai keislaman dalam membentuk kepribadian dan kinerja yang sukses. Senada dengan Agustian, Tasmara (2002) juga membahas tentang pengaruh dan penerapan nilai spiritual agama (SQ) terhadap pembentukan etos kerja yang positif dalam tempat kerja. Dikatakan bahwa arti pentingnya kecerdasan spiritual dalam mengatasi problema psikologi kehidupan termasuk juga di antaranya dalam tempat kerja.

g. Pembelajaran Organisasional Visioner

López *et al*. (2005), pembelajaran organisasional adalah suatu proses dinamis dalam menciptakan, mengambil, dan mengintegrasikan pengetahuan untuk mengembangkan sumberdaya dan kapabilitas dalam memberikan kontribusi pada kinerja organisasi yang lebih baik. Pembelajaran organisasional juga dapat digambarkan sebagai seperangkat perilaku organisasi yang menunjukkan komitmen untuk belajar dan terus melakukan perbaikan. Pembelajaran organisasional merupakan jenis aktivitas dalam organisasi dimana sebuah organisasi belajar. Pembelajaran organisasional menurut Peter Seng (1990), merupakan salah satu keterampilan yang harus dimiliki oleh pemimpin organisasi. Atasan secara berkelanjutan memberikan kesempatan kepada setiap anggota organisasi untuk belajar , karena dengan belajar akan meningkatkan kemampuan. Anggota organisasi membagi informasi, menciptakan memori organisasional dalam membentuk kepercayaan bersama, asumsi dan norma-norma, yang akan memandu tindakan individu dan organisasi. Argyris (1997) mendefinisikan pembelajaran organisasional sebagai proses mendeteksi dan mengoreksi kesalahan.

Penelitian ini menghasilkan konsep baru yaitu pembelajaran organisasional visioner. Pembelajaran organisasional visioner dibangun dengan pendekatan *resources based view* dan pendekatan *organizational learning theory*. Orisinalitas pembelajaran organisasional visioner juga didasarkan pada pengembangan teori-teori: Manajemen stratejik (*Strategic Management*), manajemen perubahan (*change management*), manajemen pengetahuan (*knowledge management*) dan teori manajemen (*theory of Management*). Pembelajaran organisasional visioner merupakan proses pembelajaran yang dinamis dan interaktif yang tercermin dengan adanya sharing

pengetahuan dan, pendidikan dan pengalaman, keterbukaan serta focus pada visi dan misi organisasi dalam antisipasi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi baru.

h. Kompetensi Organisasi

Prahalad dan Hamel (1994), bahwa kompetensi merupakan pengetahuan dan ketrampilan nyata yang tercermin dalam keahlian teknologi. Sementara itu Ferdinand (2003) bahwa kapabilitas organisasi didifinisikan sebagai kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh sumberdaya manusia untuk melaksanakan pekerjaan yang dapat memberikan nilai tambah bagi organisasi. Kapabilitas meliputi kapabilitas yang berkaitan dengan teknologi dan keahlian yang diperoleh melalui pembelajaran organisasi. Sedangkan Hitt *et a.*, (2001) mengatakan bahwa kapabilitas organisasi merupakan kombinasi beberapa kemampuan untuk melaksanakan tugas atau aktivitas tertentu.

i. Hubungan Organisasi

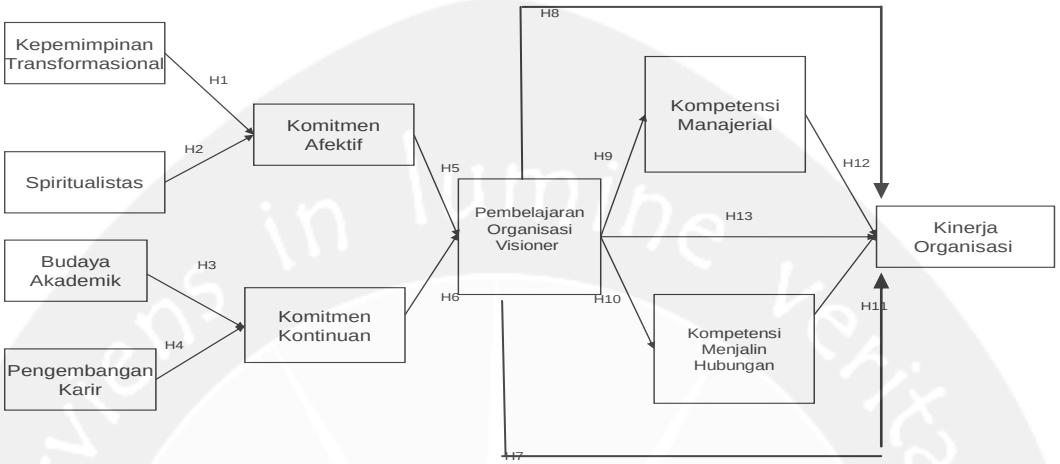
Hubungan dengan *stakeholder* yang baik merupakan kunci keberhasilan organisasi. Hubungan dengan *stakeholder* (pihak-pihak terkait) sangat penting artinya untuk meningkatkan komunikasi dan loyalitas terhadap organisasi, oleh karena itu diperlukan pelayanan yang memuaskan. Kotler (1997) menyatakan bahwa untuk memperoleh pelanggan baru diperlukan biaya 5 kali lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan**.** Minimal ada empat dimensi hubungan organisasi yaitu: kepercayaan, komitmen, komunikasi dan kemampuan dalam menangani konflik.

j. Kinerja Organisasi

Kinerja organisasi sering disebut dengan kinerja perusahaan , merupakan indikator tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan. Beberapa peneliti menggunakan indikator yang berbeda-beda untuk mengukur kinerja organisasi. Pada waktu yang lalu pengukuran kinerja organisasi selalu diasosiasikan dengan kinerja keuangan saja seperti *Return on Investment* (ROI), kemampuan memperoleh laba *(profitabilitas*) dan berbagai rasio keuangan lainnya. Keuntungan yang diperoleh dalam kinerja keuangan seringkali diartikan sebagai kesuksesan organisasi. Namun para peneliti sepakat bahwa aspek keuangan saja tidak memberikan gambaran yang memadai untuk mengevaluasi kinerja bisnis suatu organisasi dalam kurun waktu yang lama, sehingga dapat dimengerti bila pengukuran dengan *Return on Investment* (ROI*), profitabilitas*, dan rasio lainnya telah menjadi demikian mapan dan cukup canggih. Perkembangan dalam pengukuran kinerja secara non keuangan, meskipun muncul belakangan telah menunjukkan kemajuan yang menggembirakan. Agrawal *et al. (2003),* mengukur kinerja organisasi dengan dua dimensi yaitu kinerja obyektif dan kinerja subyektif.

1.7 Model Empiris

Gambar 1.1
Model Empiris Penelitian



1.8. Metode Penelitian

a. Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah kausalitas, bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas satu variabel dengan variabel lainnya. Model penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel sekaligus menghasilkan kesimpulan yang dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan,khususnya manajemen sumber daya manusia.

b. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh program studi pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kopertis Wilayah III Jakarta yang memenuhi kreteria yang telah ditetapkan. Kreterianya adalah program studi S1 dan Diploma serta telah memiliki nilai akreditasi minimal C serta akreditasi tersebut masih berlaku ketika penelitian ini dilakukan. Pemilihan program studi dengan alasan bahwa program studi merupakan unit bisnis yang berperan penting dalam Perguruan Tinggi Swasta dimana terjadi interaksi antara pengelola program studi dengan *stakeholder*.

c. Sampel dan penentuan Ukuran Sampel

Karena analisis akan menggunakan pendekatan SEM (*Structural Equation Model*) maka diperlukan jumlah sampel yang memenuhi kreteria penggunaan SEM. Besarnya sampel (*sample size*) menurut Hair *et al.*,(2006), dalam analisis menggunakan persamaan struktural berkisar antara 100-200. Data sampel paling tidak 5 kali parameter yang diestimasi, termasuk *error* dan koefisien jalur. Secara teoritis, dalam studi ini ukuran sampel minimumnya adalah 5 kali parameter yang diestimasi. Berdarkan telaah model,

jumlah parameter yang akan diestimasi sebanyak 60, oleh karena itu ukuran sampel minimumnya adalah 60 x 5 = 300 responden. Karena kesulitan dalam memenuhi jumlah sampel tersebut, maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang dinalisis sebanyak 250 responden

d. Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang dupergunakan adalah *purposive sampling,* dimana peneliti mempunyai kreteria tertentu terhadap sampel yang akan diteliti. Kreteria yang dipergunakan adalah ketua program studi yang mempunyai pengetahuan yang memadai tentang program studi yang dipimpinya. Karena dengan mengetahui seluk-beluk program studi tersebut ia akan memahami bagaimana cara mengukur kinerja program studi. Untuk itu responden terpilih adalah mereka yang sudah menjadi ketua program studi minimal satu tahun. Kreteria lain adalah program studi S1 dan Diploma yang sudah mempunyai akreditasi minimal C dari Badan Akreditasi Nasional (BAN) Perguruan Tinggi.

Pemilihan sampel dan jumlah kuesioner yang akan dikirim dilakukan sebagai berikut: pertama menentukan jumlah program studi dari jenis Pergururuan Tinggi (misal jumlah program studi dari Universitas 118), kedua, menentukan jumlah kuesioner yang akan dikirim untuk mendapatkan ukuran sampel yang memadai (biasanya *respon rate* sekitar 10-20%).Dengan mempertimbangkan kedua hal tersebut maka jumlah kuesioner yang dikirim sebayak 750 eksemplar

e. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data dengan angket atau dengan kuesioner.Kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu bagian pertama pertanyaan-pertanyan untukmendapatkan data diri responden dan bagian kedua untuk mendapatkan data tentang demensionalisasi variable-variabel dengan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala 1-10, dimana skala 1 diberi skor sangat tidak setuju dan skala 10 diberi skor sangat setuju

f. Teknik Analisis

Teknik analisis yang dipergunakan dalampenelitian ini adalah *Struktural Equation Modellling* (SEM).Teknik ini dipilih karena keunggulanya dalammenganalisis persamaan bertingkat dan kompleks secara bersamaan serta mampu mengukur dengan indikator yang berjumlah banyak. Pengembangan diagram alur untuk pengujian penelitian berbasis pada pengembangan teoritis pada bab II. Diagram alur didasarkan pada pengembangan modelpenelitian empiris. Diagram alur selengkapnya adalah seseperti pada Gambar 3.1 berikut

1.9. Pembahasan Hasil

a. Hasil Uji Model pengukuran

Pengujian model pengukuran dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis/CFA*). Analisis faktor konfirmatori dilakukan untuk mengetahui *unidemensionalitas* dari indikator-indikator yang menerangkan variabel bentukan. Analisis konfirmatori dilakukan pada

kelompok variabel eksogen maupun kelompok variabel endogen. Hasil analisis konfirmatori berupa nilai *loading* dari masing masing variabel eksogen maupun variabel endogen menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk setiap variabel dapat dipergunakan, karena memenuhi kreteria yang disarankan Hair *et al* (2006) yaitu dengan nilai lebih dari 0,7.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

Menurut Hair *et al.,* (1998), dalam Ferdinand 2005, SEM terutama bila diestimasi dengan menggunakan *maximum likehood estimation*, mensyaratkan sebaiknya dipenuhi asumsi normalitas. Sebagaimana dijelaskan dalam bab sebelumnya bahwa nilai statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah *z-value*. Nilai kritis yang biasa digunakan adalah ± 2,58, pada *probability level* 0,01. Uji normalitas *univariate* dan *multivariate* data.Berdasarakan hasil uji statistik secara univarioate data normal dan secara multivariate data tidak normal. Untuk mengatasi hal tersebut dilakukan *bootstraps d*an hasilnya ketidaknormalan secara multivariate pada model empiris dapat ditolerir.

c. Uji kesesuaian dan Uji Statistik Model Empiris

Secara keseluruhan uji ketepatan nmodel dengan membandingkan *cut off value* dengan hasil penelitian seperti berikut :

Tabel1.1
Goodness-of-fit index Model Empiris

Goodness of fit Index	*Cut-off Value*	Hasil Model	Keterangan
χ^2- *Chi-Square*	825,245 (df=760)	805,399	Baik
Probability	≥ 0,05	0,123	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,060	Baik
GFI	≥ 0,90	0,872	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,855	Marginal
TLI	≥ 0,95	0,993	Baik
CFI	≥ 0,95	0,994	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,015	Baik

Sumber : Hasil Output AMOS 16.0

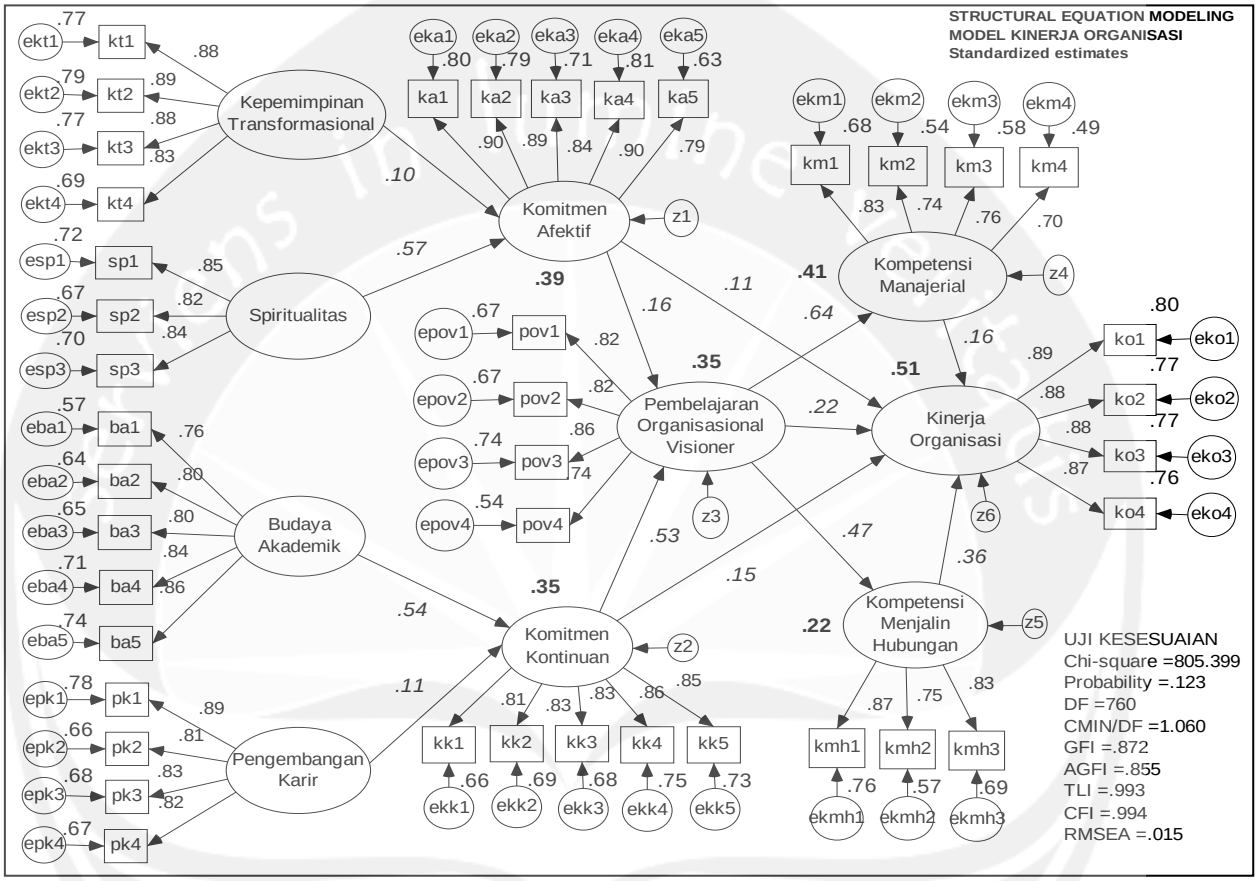
d. Struktural Equation Modelling (SEM)

Pengujian *Structural Equation Modelling* (SEM) dilakukan dengan uji kesesuaian dan uji signifikasi kausalitas melalui uji koefisien regresi seperti berikut. Pengujian model empiris mampu memenuhi kreteria *adequate of fit* dengan nilai Chi-Square=805,399, probabilitas 0,123, GFI=0,872, AGFI=0.855, CMIN==1.060,TLI=0.993, CFI=0.994, RMSEA=0.15. Setelah model dianalisis melalui *confirmatory factor analysis* dan dapat dilihat bahwa masing-masing indikator dapat didefinisikan kontruk laten, maka sebuah *full model SEM* dapat dianalisis. Hasil pengujian model dengan melihat nilai-nilai *absulute fit* menunjukkan bahwa secara umum model memiliki *goodness of fit* sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan

menggunakan model yang ada. Nilai-nilai koefisien dari pengujian atas persamaan struktural disajikan dalam Gambar 4.1

Gamabar 1.2

Struktural Equation Modelling



Sumber : Hasil Output AMOS 16.0

e.
Pengujian Hipotesis
Setelah dilakukan pengujian model *structural*, kemudian dilakukan pengiujian terhadap hipotesis yang diajukan. Dari tigabelas hipotesis yang diajukan, sebelas dapat diterima dan dua ditolak.

1.10. Kesimpulan

a. Kesimpulan Atas Hipotesis
Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan dapat ditarik beberapa kesimpulan atas hipotesis sebagai berikut: Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif tidak signifikan terhadap komitmen afektif (H1). Spiritualitas berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif (H2).Budaya akademik berpengaruh signifikan terhadap komitmen kontinuan (H3).Pengembangan karir berpengaruh tidak signifikan signifikan terhadap komitmen kontinuan (H4).Komitmen afektif berpengaruh signifikan terhadap pembelajaran organisasional visioner (H5).Komitmen kontinuan berpengaruh signifikan terhadap pembelajaran organisasional visioner (H6). Komitmen kontinuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi(H7). Komitmen afektif berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi (H8).Pembelajaran organisasional visioner berpengaruh signifikan terhadap kompetensi manajerial (H9). Pembelajaran organisasional visioner berpengaruh signifikan terhadap kompetensi menjalin hubungan(H10).Kompetensi menjalin hubungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi (H11). Kompetensi manajerial berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi (H12).Pembelajaran organisasional visioner berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi (H13).

b. Kesimpulan Atas Masalah Penelitian
Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan beberapa *research gap* antara komitmen organisasional terhadap kinerja organisasi dan pembelajaran organisasional visioner terhadap kinerja organisasi. Hasil pengujian terhadap tiga belas hipotesis yang diuji sebelas diterima dan dua ditolak.

c. Implikasi Teoritis dan Manajerial
Penelitian ini berbasis pada *resources based view* dan *organizational learning theory*. Penelitian ini memperkuat konsep-konsep teoritis dan memberikan dukungan empiris terhadap temuan-temuan peneliti terdahulu.
Berdasarkan kesimpulan di atas juga dapat dirumuskan beberapa implikasi manajerial untuk membangun komitmen organisasional dan meningkatkan kinerja organisasi pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS), sebagai berikut:
1. Komitmen organisasional pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dapat ditingkatkan dengan meningkatkan budaya akademik dan spiritualitas. Budaya akademik dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kebebasan akademik, meningkatkan suasana akademik, meningkatkana kuantitas dan kualitas

karya ilmiah, meningkatkan budaya menulis dan publikasinya, meningkatkan budaya mutu dan inovasi. Sedangkan spiritualitas dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kepekaan suasana hati, meningkatkaan sikap empati dan simpati terhadap sesama anggota organisasi , meningkatkan sikap saling tolong menolong terhadap yang membutuhkan

2. Kinerja organisasi pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dapat ditingkatkan melalui peningkatan komitmen afektif dan komitmen kontinuan. Komitmen afektif dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kepercayaan terhadap visi, misi dan tujuan organisasi, meningkatkan kerja keras, meningkatkan loyalitas terhadap organisasi, meningkatkan tanggung jawab dan meningkatkan sikap untuk membela organisasi. Komitmen kontinuan dapat ditingkatkan dengan cara: meningkatkan kompensasi, meningkatkan fasilitas kerja, mengurangi resiko kerja, meningkatkan kesejahteraan.

3. Kinerja organisasi pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dapat ditingkatkan melalui peningkatan kompetensi manajerial dan kompetensi menjalin hubungan. Kompetensi manajerial dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kemampuan dalam perencanaan, meningkatkan kemampuan dalam mengkoordinasi unit-unit, meningkatkan kemampuan dalam menggerakan unit-unit dalam organisasi, meningkatkan kemampuan dalam penilaian atau evaluasi kerja. Kemampuan menjalin hubungan dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kemampuan berkomunikasi yang efektif, meningkatkan kemampuan dalam negosiasi, meningkatkan kemampuan dalam menjalin *networking*.

4. Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dapat ditingkatkan melalui pembelajaran organisasional visioner. Pembelajaran organisasional visioner dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan *sharing* pengetahuan dan pengalaman, meningkatkan sikap keterbukaan terhadap perubahan lingkungan, meningkatkan pendidikan dan pelatihan, meningkatkan pencapaian visi dan misi organisasi.

Pembelajaran organisasional visioner pada perguruan Tinggi Swasta dapat dilakukan dengan cara pembelajaran *single loop learning* maupun *double loop learning.* Pembelajarn *single loop* misalnya pimpinan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) mengevaluasi *system operation and procedur* (SOP) proses belajar mengajar, apakah sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan atau belum. Pembelajaran dengan *double looplearning* dilakukan pimpinan Perguruan Tinggi Swasta untuk mencari metode baru dalam proses belajar mengajar, yaitu metode belajar mengajar yang berfokus pada *student centered learning*.

DAFTAR PUSTAKA

Agustian, *Emotional Spiritual Quotient* (2008). Jakarta, Penerbit Arga.

Allen, N.A. & Meyer, J.P. (1997), The Measurement and Antesedent of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the

Organization, *Journal of Occupation Psychology*,Vol.63, pp.1-18

Allen N.A. & J.P Meyer, (1996). Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity, *Journal of Vocational Behavior*, Vol 49, p.252-276

Agarwal, S.,Erramilli, K. Dev.Chekitan, S.(2003), Market Oreinted and Performance in Services Firm: Role of Innovation, *Journal of Services Marketing* Vol.17. No.1, pp.68-82

Argyris C. and D.A. Schon, (1997), *Organizaational Learning*: *Theory,Method and Practices,*Reading,MA: Addison-Wesley.

Barney , J.B., 1991, Firm Resources and Sustained Competitive Advantages, *Journal of Mmanagement*, Vol.17. No.9, pp.99-120

Bateman,T.S. and Strasser,S.(1984) " A longitudional Analysis of The Antecedents of organizational commitment and organizational effectivness, *Academy of Managemnt Journal*, Vol. 27. No.10, pp.95-112

Curry and Meuller (1986), On the Causal Ordering of Job Satisfaction and Organizational Commitment, *Academy of Management Journal, Vol.29, (4), pp. 847-858*

Ghozali,Imam dan Fuad,2005, *Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos versi 5*, Semarang, Universitas Diponegoro.

Hair,Jr.,Anderson, R.L Tathan E.,Ronald L and WC.Black (2006), *Multivariate Data Analysis*, Fith Edition New York:Prentice Hall International Inc.

Helliregel, Slocum (2004), *Organization Behavior tenth edition*, Thomson South-Westen

Hitt, Mechael A., Duane Ireland & Robert E. Hoskisson, (2001), *Strategic Management, Competitivness, and Globalization (Concept)*, fourth edition, Ohio: South-Western College Publising

Khandaker and Sharma,2006, Organizational Learning and Performance:Understanding Indian Scenario in Present Global Context,*Education and Training* Vol.48. pp.682-293

Kaya, Beverly & Sharon Jordan-Evans, (2000), *Rentation: Tag, Youre It, Training & Development,* Vol.54. No.4. pp.29-33

Khandekar, and A. Sharma, (2005), Organization Learning in Indiaan Organization: A Strategic HRM Perspective , *Journal of Small Bussniess and Enterprise Development*, Vol.12. No.2, pp.211-226

Kotler, Philip, (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 9 th Edition, Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.

Kraff, Manfred, (1999), An Empirical Investigation of Antecedent of Sales Force Control System, *Journal of Marketing*, pp.120-134

Lie D.J., Slocum and RA. Pitt, (1999), Designing Organization for Competitive Advantages, The Power of Learning and Unlearning, *Organization Dynamic*, Wrinter, pp.1-29

Lopez S.P., Jose M.Peon and Camilo Jose, 2005, Organization Learning as Determinant Factors in Bussniness

Management Performance, *The Learning Organization* Vol.12. No.3, pp.227-245

March, J. (1999), *The Persuit of Organization Intelegence,* Oxford, Blackwell Bussiness.

Meyer,JP., Allen and Smith, (1993), Commitment to Organization and Occopation: Extention and Test of Three-Component Conceptualization, *Journal Apllied Psychology, Vol. 78(4), pp.538-551*

Pitts RA. and D. Lie, 2003, *Strategic Management: Building and Sustaining Corporate Advantages*, Ohio, Thomson Learning.

Prahalad ,C.K and G. Hamel, (1994), Strategic Intent,Harvard Bussiness Review May-June, pp.485-501

Prieto,I.M. and E. Revilla, (2006), Learning Capability and Bussiness Performance: Financial and Financial Assesment, *The Learning Organization* Vol.13 No.2 pp.166-185

Rhenaldi Kasali, (2005), *Change*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.Rick D. Hackett, Peter Bycio and Peter A.Haosdorf, *Further Assessment of Meyers and Allens (1991) Three Commitment Model of Orgnization Commitment, ournal of Applied Pshichology, Vol. 79, pp.240-255*

Senge, P.M. (1990), *The Fith Dicipline: The Art and Practice of Learning Organization*, New York; Doubledy

Tasmara, Toto (2002). *Membudayakan Etos Kerja Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.

Teece D.T., G.Pisano and A.Shuen, *1997,* Dynamic Capability and Strategic Management, *Strategic management Journal, Vol.18 No.7 pp.509-533*

Tschannen-Moran,M. (2003), Fostering Organizational Citizenship in Schools:Transformational Leadership and Trust, *Journal of Educational Administration* No.6, pp.1-36

Walker, James W. (1992), *Human Resources Strategy,* Mc Graw Hill

Wheelen T., Hanger, (2003), *Strategic Management,* 5 Edition, Addison Wesley

Zohar, Danah,Ian Marshal, (2005), *Spiritual Capital*, Jakarta, Mizan

IMPLEMENTATION OF COUCHING AND

COUNSELING MODEL
FOR PERSONAL DEVELOPMENT

Daryono, SE, MBA [1)], **Drs Achmad Sudjadi, Ph.D** [1)]
E-mail: daryono_jvc@yahoo.com
[1)] Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

The emphasis of our coaching and counseling are on facilitating the individuals work skills development and acquisition; and consequently improved personal performance. One key area of focus is to improve the individual's understanding of self and their impact on others. The first priorities during the intervention are for the individual to identify the improvements they wish to see in themselves, with respect to behavior, attitude and relationship skills; and to develop their self awareness and personal responsibilities. The transformation behavior needs a developing HR competency model. The development of the competency model aims at identifying the main competency needed by HR organization to support that role. The implementation of that couching and counseling model base competency will be used as based for creating job competency profile of HR counselor. After developing competency model for that purpose, the next step could be a certification that is a combination of training and action learning.

Keywords*: coaching and counseling, HR competency model, Human Resource Management.*

ABSTRAK

Penekanan dalam program couching dan counseling adalah memberi fasilitas pengembangan setiap individu dalam pekerjaan dan mensinergikan, sehingga akan meningkatkan kinerja individu tersebut. Salah satu fokus areanya adalah memberi pemahaman terhadap diri sendiri dan pengaruh terhadap orang lain. Prioritas utama coucing dan counseling yaitu mengidentifikasi ; perilaku, sikap dan hubungan dengan rekan kerja, serta kesadaran atas pengembangan diri sendiri sebagai tanggung jawabnya. Transformasi perilaku ini membutuhkan pengembangan model kompetensi. Pengembangan model kompetensi bertujuan memetakan kompetensi utama untuk mendukung
organisasi. Penerapan model couching dan counseling berbasis pada kompetensi yang akan digunakan dalam membuat desain profil job kompetensi. Setelah pengembangan tersebut, tahapan berikutnya adalah sertifikasi / standarisasi dengan kegiatan kombinasi antara training dan proses pembelajaran.

Kata Kunci *: couching dan counseling, HR Model kompetensi, Sumber daya manusia*

PENDAHULUAN

Nilai organisasi yang tertanam pada setiap anggota organisasi sehingga menjadi nilai–nilai yang kemudian tercermin dalam prilaku setiap anggota organisasi. Universitas Jenderal Soedirman melakukan transformasi organisasi bertujuan untuk merubah budaya organisasi dan menyatukan nilai-nilai anggota organisasi. Pembentukan nilai organisasi baru dan menanamkannya pada setiap anggota organisasi supaya terjadi penyatuan nilai-nilai organisasi sehingga tercipta budaya baru yang tercermin pada perilaku kerja yang mengedepankan kinerja.

TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT

Tujuan dan Manfaat Couching dan Counseling

Secara umum, tujuan Couching dan Counseling ialah:

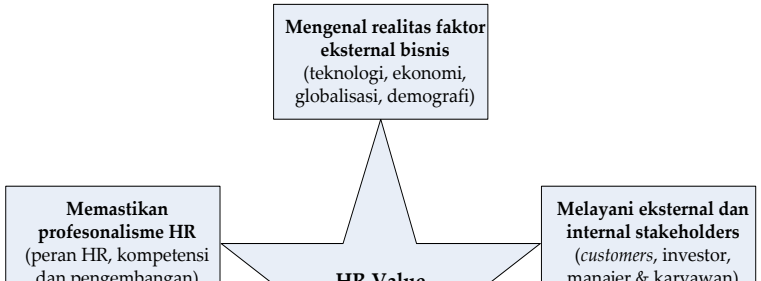
1. Meningkatkan prestasi kerja pegawai.
2. Meningkatkan produktivitas.
3. Meningkatkan minat dalam pengembangan pribadi.
4. Membantu Organisasi untuk dapat menyusun program pelatihan dan pengembangan pegawai.
5. Menyediakan alat, sarana untuk membandingkan prestasi kerja pegawai dengan tingkat gaji atau imbalan.
6. Memberikan kesempatan kepada pegawai untuk mengeluarkan perasaan dan pemikirannya tentang pekerjaan atau hal-hal yang ada kaitannya.

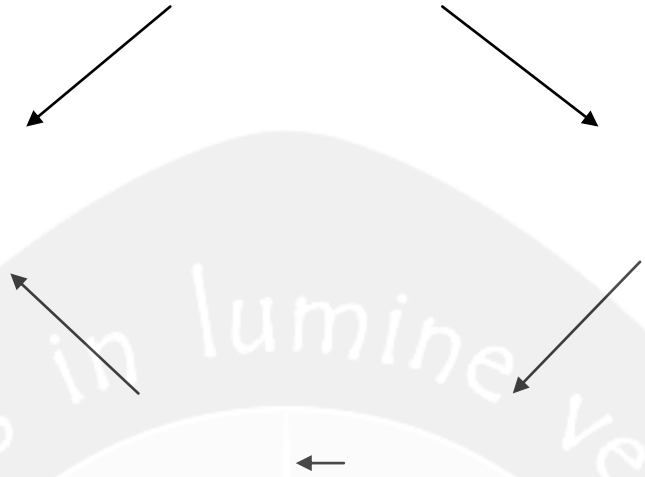
Sedangkan manfaat Couching dan Counseling bagi organisasi ialah:

1. Meyakinkan bahwa target dan proses kerja yang diharapkan dapat tercapai
2. Tidak adanya tumpang tindih pekerjaan atau sebaliknya ada pekerjaan yang tidak tertangani
3. Sebagai alat menerima dan memberikan umpan balik, sehingga pegawai dapat mengetahui kinerjanya di organisasi dan terciptanya komunikasi yang efektif
4. Sebagai alat pengembangan individu dan organisasi

1. KAJIAN PUSTAKA

Model mengenai *HR Value Proposition* yang dirumuskan oleh Ulrich Brockbank (Gambar 1), menjelaskan bahwa terdapat 5 elemen dalam transformasi peran HR menjadi sebuah patner bisnis yang menambah *stakeholder value*. Kemudian dari seluruh elemen tersebut, Ulrich & Brockbank mendefinisikan 14 kriteria spesifik dalam transformasi HR. Kriteria tersebut menjadi kerangka agenda selanjutnya bagi HR professional dalam menetapkan standar kompetensi untuk menghasilkan *stakeholder value*.





Gambar 1. Model *HR Value Proposition*

Sumber: *The HR Value Proposition*. Harvard Business School Publishing. 2005. Dave Ulrich & Wayne Brockbank.

Coaching & *mentoring skill* adalah kemampuan memberikan pemahaman terhadap suatu permasalahan dan pelatihan terhadap keahlian tertentu, dan juga mampu membimbing dalam proses pembelajaran tersebut. Dan juga mampu memberikan dorongan guna mencapai pertumbuhan dan kemajuan objeknya (Garrett-Owens *et al*, 2003).

Collaboration skill adalah kemampuan membangun hubungan, jaringan dan kerjasama yang melibatkan banyak orang. Dan juga mampu menggerakkan potensi tersebut guna menyelesaikan suatu *project* dengan tujuan mengembangkan kebijakan, layanan dan produk yang memiliki nilai tambah bagi organisasi (Garrett-Owens *et al*, 2003).

Effective communication adalah kemampuan untuk membangun komunikasi antar jenjang secara *intensive* dan *comprehensive*. Dan juga mampu menyampaikan informasi, konsep, strategi, inspirasi dan aspirasi baik secara lisan maupun tulisan (Garrett-Owens *et al*, 2003).

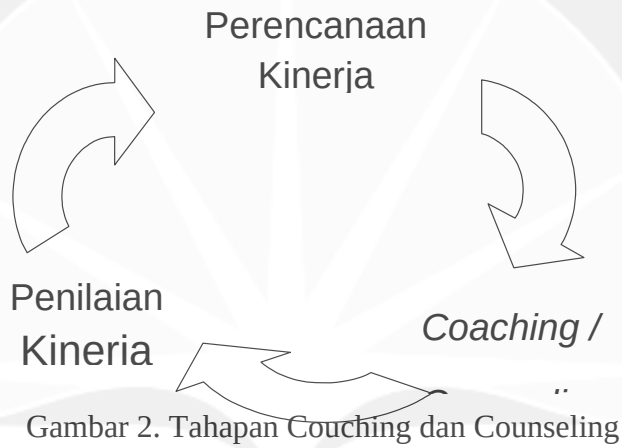
Consulting skill adalah kemampuan mendemontrasikan pemahaman tentang proses konsultasi. Dalam artian mampu mendiagnosa keinginan klien, memberikan *feed back* dan mengembangkan saran/respon yang realistik, merencanakan intervensi dan mengevaluasi untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (Garrett-Owens *et al*, 2003).

1. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang akan digunakan adalah *mix method* dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Kombinasi metode meliputi pengumpulan, analisis, dan integrasi data kualitatif dan kuantitatif ke dalam studi multifase (Hanson et al., 2005). Pendekatan ini dipilih peneliti dengan beberapa alasan, yaitu pertama, tujuan penelitian adalah menghasilkan model pengembangan sehingga sangat memerlukan studi eksplotratif.

2. KERANGKA PEMIKIRAN KONSEPTUAL

Sistem manajemen kinerja terdiri dari 3 (tiga) tahap yang membentuk sebuah siklus, seperti yang digambarkan dalam diagram pada Gambar 2 :



Gambar 2. Tahapan Couching dan Counseling

Tahapan pertama dalam Couching dan Counseling dimulai dengan perencanaan kinerja. Tujuan tahapan ini adalah menentukan sasaran kinerja melalui diskusi antara atasan dengan bawahan. Output dari tahap perencanaan kinerja adalah Kesepakatan Kinerja. Kesepakatan Kinerja atasan (yang telah ditetapkan terlebih dahulu) dielaborasi menjadi Kesepakatan Kinerja Unit Kerja/ Tim dan selanjutnya Kesepakatan Kinerja Unit Kerja/Tim ini diturunkan menjadi Kesepakatan Kinerja Individu.

Tahapan kedua adalah *coaching* (bimbingan), yang bertujuan untuk memantau kinerja bawahan, mendorong perilaku yang positif, dan memberi arahan kepada bawahan dalam mencapai kinerja yang diharapkan berdasarkan Kesepakatan Kinerja yang telah disepakati pada tahap Perencanaan Kinerja. Pada tahap ini dimungkinkan terjadinya revisi (perubahan) indikator sasaran kerja maupun target pencapaian indikator kinerja karena terdapatnya faktor-faktor eksternal di luar kontrol pegawai yang bersangkutan sehingga menghasilkan Kesepakatan Kinerja yang baru.

Tahap terakhir dalam Couching counseling adalah penilaian kinerja (*review*). Pada tahap ini atasan menetapkan nilai kinerja bawahan

berdasarkan pencapaian bawahan sesuai Kesepakatan Kinerja yang telah disepakati. Tahapan ini merupakan tahap yang sensitif karena nilai kinerja yang ditetapkan bersifat final dan dapat berdampak pada kompensasi maupun kesempatan promosi bagi pegawai yang bersangkutan. Tahap ini sekaligus merupakan awal periode sistem manajemen kinerja berikutnya.

3. RENCANA IMPLEMENTASI

Implementasi Couching dan Counseling

Dalam periode anggaran berjalan dilakukan *coaching* atau pembimbingan kinerja oleh atasan langsung kepada bawahan, baik yang bersifat formal maupun non formal dengan tujuan pegawai dapat mencapai sasaran yang ditetapkan. Dalam akhir periode anggaran dilaksanakan peninjauan, evaluasi dan penilaian kinerja pegawai dalam pencapaian sasaran masing-masing. Perencanaan strategi yang menetapkan visi, misi dan strategi organisasi, diimplementasikan dalam bentuk tujuan dan sasaran organisasi berupa Kebijakan Umum Fakultas dan tujuan/sasaran unit kerja berupa Rencana Kerja Anggaran (RKA). Dari RKA diturunkan pada tugas pokok dan tolok ukur keberhasilan jabatan. Tugas pokok dan tolok ukur keberhasilan jabatan menjadi dasar penetapan standar operasional atau penentuan sasaran individual masing-masing tugas/jabatan yang merupakan program perencanaan kinerja

Perencanaan Kinerja

Perencanaan kinerja merupakan tahap awal dalam manajemen kinerja yang terdiri dari kegiatan diskusi rencana kerja dan penetapan sasaran yang dilaksanakan bersama-sama antara atasan langsung sebagai penilai dan bawahan sebagai ternilai. Perencanaan kinerja adalah suatu proses untuk memberikan kejelasan tentang apa yang harus dicapai serta bagaimana cara mencapainya secara bersama dengan efektif. Melalui perencanaan kinerja dapat meningkatkan komitmen untuk mencapai sasaran yang ditetapkan. Terdapat dua bagian pada tahap perencanaan kinerja ini, yaitu Penetapan Sasaran Kerja dan Diskusi Rencana Kerja.

A. Penetapan Sasaran Kerja

Sasaran kerja adalah pernyataan mengenai hasil kerja yang ingin dicapai oleh seorang pegawai dalam tugas/jabatannya. Atau dengan kata lain, sasaran kerja ialah hasil atau sesuatu yang harus dicapai/dipenuhi oleh seseorang dalam batasan waktu yang tersedia. Sasaran kerja ini akan lebih lengkap apabila disertai dengan sumber daya yang tersedia. Sasaran kerja individual terkait dengan sasaran kerja dan sasaran organisasi. Sasaran bersifat konkrit dan biasanya berjangka pendek, dibuat setiap tahun, bersifat kuantitatif dan dilengkapi atau terkait dengan jangka waktu.

4. SARAN DAN REKOMENDASI

A. Bimbingan Kinerja

Bimbingan kinerja merupakan proses yang dilakukan antara atasan dan

bawahan secara formal atau non formal untuk mengevaluasi kinerja, mendorong perilaku yang positif dan memberi arahan untuk mencapai kinerja yang diharapkan. Bimbingan kinerja meliputi diskusi dan komunikasi dua arah antara atasan sebagai penilai dan bawahannya sebagai ternilai dan bukan merupakan konsultasi masalah pribadi, karir ataupun pelatihan. Tahap bimbingan kinerja dilaksanakan dengan tujuan agar tersedia satu forum komunikasi formal antara atasan dengan bawahan mengenai segala sesuatu terutama yang berhubungan dengan pencapaian sasaran dan program kerja. Melalui bimbingan kinerja ini, atasan dapat menetapkan tindak lanjut kepada

B. Diskusi Rencana Kerja

Diskusi rencana kerja pada saat bimbingan kinerja pada dasarnya sama dengan yang dilakukan pada diskusi rencana kerja dalam tahap perencanaan kinerja. Fokus perhatian diskusi rencana kerja pada saat bimbingan kinerja ialah diskusi antara atasan dan bawahan untuk menetapkan rencana kerja selanjutnya berdasarkan hasil kemajuan yang diperoleh selama periode perencanaan kinerja hingga bimbingan kinerja. Pada sesi ini, atasan juga memberikan bimbingan mengenai cara-cara pencapaian sasaran kerja yang tidak/ belum dilakukan oleh bawahan pada periode sebelumnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

Aughton, P., 2005, Mapping The HR Value Proposition. *Human Resources Management Journal*,

Becker *et al*, 1997, HR as a Source of Shareholder Value: Research and Recommendations. *Human Resources Management Journal*, Vol 31 (1): 221-246

Becker *et al*, 2001. *The HR Scorecard*, Boston: Harvard Business School Press.

Christensen, R., 2006, *Roadmap to Strategic HR*, New York: American Management Association.

Drucker, P.F., 1999, *Management Challenges for the 21st Century*, Oxford: Butterworth Heinemann.

Garret-Owens *et al*, 2003. Human Resources Competency Model. *Michigan Human Resources Academy*.

Harter, J.K., Schmidt, F.L. and Hayes, T.L. (2002), "*Business-unit level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis*",
Journal of Applied Psychology , Vol. 87, pp. 268-79.

Harold Koontz/Cyril O'Donnell/Heinz Weinz Weihrich, 1991, *Management*, Jakarta: Erlangga.

Hewitt Assosiate,2008,*Leadership Opportunities,Increased Bottom Line Results Through Improved Staff Engagement*, Modul

Johnson, G. (2004), "*Otherwise engaged*", Training, Vol. 41 No. 10, p. 4.

Kustiawan, 2006, Data Bank Mandiri, Jakarta, Modul

Kress, N. (2005), "*Engaging your employees through the power of*

communication", Workspan, Vol. 48 No. 5, pp. 26-36.
Malayu S.P Hasibuan, 2007, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT Bumi Aksara.
Schoonover, S.C., 2003, Human Resource Competencies for the New Century. *Schoonover Associates*, 55(1): 148-163
Shermon, G., 2004, *Competency Based HRM*, New Delhi: Tata McGraw Hill.
Ulrich, D., 1997. *Human Resource Champions*, Boston: Harvard Business School Press.
Ulrich, D. & Brockbank, W., 2005, *The HR Value Proposition*, Boston: Harvard Business School Publishing.
Ulrich *et al*, 1998, Human Resource Competencies: Responding to Increased Expectations. *Human Resources Management Journal*, 15: 45-56

ANALISIS PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP OCB DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA KARYAWAN

(STUDI PADA RUMAH SAKIT TELOGOREJO SEMARANG)

Rini Nugraheni
Universitas Diponegoro

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan melihat pentingnya pengaruh kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap OCB serta kinerja karyawan, baik berdasarkan teori-teori maupun penelitian-penelitian terdahulu. Pertimbangan lainnya adalah belum dijumpai adanya penelitian yang menunjukkan pengaruh kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan secara tidak langsung melalui OCB.

Penelitian ini dilakukan di RS. Telogorejo Semarang. Responden penelitian adalah para perawat dengan jumlah sampel yang dipakai adalah 99 responden. Data dikumpulkan melalui metode survai. Data dianalisis dengan Analisis Jalur (Path Analysis).

Hasil analisis data menunjukkan menunjukkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, demikian juga variabel kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap OCB. Penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh positif OCB terhadap kinerja karyawan namun tidak signifikan, dan peran OCB sebagai variabel intervening yang memediasi pengaruh kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan tidak terbukti.

Kata kunci: Kecerdasan Emosional, OCB, Budaya organisasi, Kinerja Karyawan, Variabel Intervening

ABSTRACT

The research was driven by the importance of impact of emotional intelligence and organizational culture on OCB and on performance of employees. The research was based on both theories and previous emperical studies. In additions, so far there was no prior studies that indicated the influence of emotional intelligence and organizational culture on employee performance indirectly through OCB.

Respondents of the research were 99 nurses of Telogorejo Hospital in Semarang City. The data were collected by using a survey method. The Data were analyzed by using Path Analysis.

The result of analysis shows emotional intelligence influences positively and significatly on the employee performance. Besides, emotional intelligence and organizational culture influence positively and significantly on OCB. However, although

OCB positively influences on employee performance but it is not significant. It reveals that OCB is not an intervening variable that mediates the influence of emotional intelligence and organizational culture on performance of employees.

Key word: *Emotional Intelligence, OCB, Organization Culture, Performance of Employee, Intervening Variable*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengelolaan sumber daya manusia merupakan suatu prioritas dan harus dilakukan secara terus menerus. Pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan menghasilkan karyawan yang berkinerja tinggi, yaitu karyawan yang mampu bekerja dengan hasil yang memuaskan baik secara kualitas maupun kuantitas.

Untuk dapat mengelola sumber daya manusia dengan baik, yang berkinerja tinggi, maka terlebih dahulu harus diketahui faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Diharapkan dengan diketahui faktor–faktor yang mempengaruhi kinerja dapat diupayakan terciptanya kinerja karyawan yang tinggi melalui pemenuhan faktor – faktor tersebut.

Menurut Mangkunegara (2000) ada dua faktor penentu pencapaian kinerja, yaitu faktor individu dan faktor lingkungan organisasi. Salah satu faktor yang termasuk dalam faktor individu adalah kecerdasan emosional. Menurut Heins (1999) dalam Goleman (1999) kecerdasan emosional adalah suatu bentuk kecerdasan yang berkaitan dengan sisi kehidupan emosi, seperti kemampuan untuk menghargai dan mengelola emosi diri dan orang lain, untuk mengatasi hubungan interpersonal secara efektif. Kecerdasan emosional menentukan potensi untuk mempelajari ketrampilan–ketrampilan praktis yang didasarkan pada lima unsurnya yaitu: kesadaran diri, motivasi, pengaturan diri, empati dan kecakapan dalam membina hubungan dengan orang lain. Demikian berarti kecerdasan emosional dapat mempengaruhi kinerja karyawan yang bersangkutan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Robbins (2008) yang menyatakan ada beberapa penelitian yang membuktikan bahwa kecerdasan emosional memainkan peran yang penting dalam kinerja karyawan. Selain itu terdapat penelitian yang membedakan 11 presiden Amerika yang berhasil dan yang tidak, ternyata faktor yang membedakan adalah faktor kecerdasan emosional.

Seperti halnya kecerdasan emosional, budaya organisasi juga dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Kalau kecerdasan emosional adalah merupakan salah satu faktor individu, maka budaya organisasi merupakan salah satu faktor lingkungan organisasi. Budaya organisasional merupakan suatu sistem dari kepercayaan-kepercayaan dan nilai-nilai bersama dalam organisasi dan mengarahkan perilaku anggotanya. Dalam dunia bisnis sistem ini sering dianggap sebagai *corporate culture*. Budaya korporat, atau dikenal dengan istilah budaya kerja, merupakan nilai-nilai dominan yang disebarluaskan di dalam organisasi dan diacu sebagai filosofi kerja karyawan. Menurut Schein

(1985) dalam Robbins (2008), budaya korporat mengacu pada suatu sistem makna bersama yang dianut anggota – anggota yang membedakan organisasi itu terhadap organisasi-organisasi lain. Hal ini berarti budaya organisasi akan mempengaruhi perilaku karyawan dan budaya yang kuat akan memastikan setiap individu dalam organisasi tersebut akan dituntun kearah yang sama , yang dapat diartikan pencapaian kinerja karyawan yang tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Hardaningtyas (2004) yang meneliti pengaruh tingkat kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap *organizational citizenship behavior (OCB)* menunjukkan hasil bahwa baik kecerdasan emosional maupun budaya organisasi mempunyai pengaruh terhadap OCB. Pengertian OCB menurut Organ (1988) dalam Budihardjo (2004) adalah perilaku individual yang bersifat bebas, yang tidak secara langsung dan eksplisit mendapat penghargaan dari sistem imbalan formal dan yang secara keseluruhan mendorong keefektifan fungsi – fungsi organisasi. Jadi OCB merupakan kontribusi individu yang mendalam, melebihi tututan perannya (dalam diskripsi pekerjaan) ditempat kerja, yang dilakukan secara sukarela. Hal ini menunjukkkan bahwa OCB dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Banyak isu yang terjadi di masyarakat yang menyatakan bahwa kinerja perawat masih belum seperti yang diharapkan, bahkan beberapa kasus menunjukkan rendahnya kinerja perawat. Beberapa penelitian menunjukkan ketidakpuasan pasien terhadap mutu pelayanan keperawatan mencapai kisaran 22,7 % - 83% yang dilakukan oleh Wirawan (2000), Pardani (2001), Toyib (2005), dan Suryawati (2008). Rendahnya mutu pelayanan keperawatan mengindikasikan rendahnya kinerja perawat. Disisi lain untuk menghadapi persaingan dengan pertumbuhan rumah sakit yang demikian pesat, rumah sakit harus meningkatkan daya saing mereka yaitu melalui kepuasan masyarakat. Oleh sebab itu merupakan tugas pimpinan rumah sakit untuk dapat memberikan kepuasan masyarakat dengan meningkatkan kinerja perawat. Dalam konteks tersebut maka peranan OCB sangatlah dibutuhkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Min-Huei Chien (2004) yang menyatakan bahwa meningkatkan OCB merupakan jalan yang terbaik, dengan *"cost"* yang rendah, untuk mencapai keefektifan organisasi. Dalam penelitian ini OCB akan dilihat dengan lebih menekankan pada faktor pemicunya yaitu kecerdasan emosionalnya (*internal factor)* dan budaya organisasi (*external factor)*. Kedua faktor tersebut dipilih dengan pertimbangan masing-masing mewakili faktor internal dan eksternal dan dianggap faktor yang lebih tepat untuk obyek penelitian yaitu perawat rumah sakit.

Perumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa kecerdasan emosional dan budaya organisasi merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dan dapat pula mempengaruhi OCB. Demikian pula OCB dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Namun sejauh ini penulis belum menemukan penelitian yang meneliti

pengaruh kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan secara tidak langsung dengan OCB sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, peneliti memandang perlu adanya analisis lebih jauh tentang peran mediasi OCB diantara variabel-veriabel tersebut.

Dari permasalahan tersebut diatas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kecerdasan emosional terhadap OCB?
2. Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap OCB ?
3. Bagaimana pengaruh OCB terhadap kinerja perawat ?
4. Bagaimana pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan ?
5. Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan ?
6. Bagaimana pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja perawat dengan OCB sebagai variabel intervening?
7. Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja perawat dengan OCB sebagai variabel inrvening?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan khusus untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kecerdasan emosional dan budaya organisasi serta dampaknya pada kinerja perawat. Secara lebih rinci untuk menganalisis dan membuktikan :

1) Pengaruh kecerdasan emosional secara langsung terhadap kinerja
2) Pengaruh budaya organisasi secara langsung terhadap kinerja.
3) Pengaruh OCB terhadap kinerja.
4) Pengaruh kecerdasan emosional terhadap OCB dan dampaknya pada kinerja.
5) Pengaruh budaya organisasi terhadap OCB dan dampaknya pada kinerja

DASAR TINJAUAN TEORITIS

Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Kecerdasan Emosional dan OCB

Melihat lima dimensi dari kecerdasan emosional menurut Goleman(1999) , yaitu kesadaran diri, pengaturan diri, motivasi diri, empati dan ketrampilan hubungan antar pribadi disatu sisi, dan disisi lain melihat dimensi primer OCB menurut Organ (1988) dalam Budiharjo (2004), yaitu : *altruism, civic virtue, counscientiousness, courtecy* dan *sportmanship*, maka akan dapat dilihat keterkaitan antara kecerdasan emosional dengan OCB. Hubungan ini dapat dijelaskan secara logika, yaitu ketika seseorang memiliki kemampuan untuk memonitor perasaannya, mengelola emosinya dan khususnya membina suatu hubungan (empati), maka ia akan secara suka rela membantu rekan kerja diluar diskripsi pekerjaannya. Ini menunjukkan munculnya perilaku OCB. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Dwi Hardaningtyas (2004) yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap OCB.

Terkait dengan hal tersebut diatas, dikemukakan hipotesis 1 sebagai berikut :

H 1 : Semakin tinggi Kecerdasan Emosional, maka semakin tinggi OCB

2. Hubungan Budaya Organisasi dan OCB

Berdasarkan tiga tingkatan budaya menurut Schein (1985) dalam.Budihardjo (2004) yaitu *Artifacts, value & attitude dan basic assumption*, OCB lebih mencerminkan artifak. karena OCB kasat mata, walaupun motif yang mendasari sulit untuk diketahui atau tidak dapat dipahami sepenuhnya dengan mudah.

Kalau dilihat dari asumsi dasar yang membentuk budaya organisasi menurut Schein (1985) dalam.Budihardjo (2004), maka OCB sangat erat kaitannya dengan asumsi-asumsi : hakekat realita dan kebenaran, hakekat sifat manusia, hakekat kegiatan manusia dan hakekat hubungan antar manusia.Hal ini berarti jika budaya organisasi dapat ditumbuhkan dan dikelola dengan baik sejalan dengan asumsi-asumsi tersebut diatas, maka akan memicu munculnya perilaku OCB. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Min-Huei Chien (2004) dari The overseas Chinese Institute of Technology, Taiwan, R.O.C yang berjudul *An Investigation of the Relationship of Organizational Structure, Employee's Personality and Organizational Citizenship Behaviors* yang antara lain menunjukkan adanya hubungan positif antara budaya organisasi dengan OCB. Sehingga dapat disusun hipotesis 2 sebagai berikut :

H2 : Semakin kuat Budaya Organisasi, maka semakin tinggi OCB

3. Hubungan OCB dan Kinerja Karyawan

Secara langsung OCB berpengaruh positif terhadap kinerja individu (karyawan)., karena OCB akan meningkatkan nilai kinerja karyawan. Seseorang yang berperilaku OCB akan dinilai mempunyai kinerja yang tinggi dalam hal ini berdasarkan penilaian kinerja yang diukur dengan kriteria usaha karyawan dan kreativitas karyawan.

Disamping itu hubungan OCB dengan kinerja karyawan dapat pula dilihat dari motif yang mendasari seseorang berperilaku OCB. Menurut studi yang dilakukan oleh Mc. Clelland (Robbin, 2008) dan rekan-rekannya, manusia memiliki tiga tingkatan motif, yaitu motif berprestasi, motif afiliasi dan motif kekuasaan.

1) Motif Berprestasi dan OCB
   Bagi karyawan yang berorientasi pada prestasi maka dia akan berusaha berperilaku untuk mewujudkan dorongan tersebut, misalnya berpartisipasi dalam rapat kerja, menolong rekan kerja menyelesaikan tugas, berusaha untuk tidak mengeluh, memberikan masukan/ide guna penyelesaian tugas dll, yang seluruhnya itu dilakukan untuk mencapai prestasi yang dia inginkan, yaitu kesempurnaan tugas dan kesuksesan organisasi. (bukan didorong oleh sistem reward yang ada) Motif berprestasi menjadikan seorang karyawan berusaha dengan segala upaya untuk mewujudkan

kesempurnaan tugasnya sehingga dia berperilaku yang melebihi tugas formalnya dan memberikan kontribusi pada keefektifan organisasi. Apa yang dilakukan tersebut menunjukkan munculnya OCB pada diri karyawan dan meningkatnya kinerja karyawan tersebut.

2) Motif Kekuasaan dan OCB.
Karyawan yang memiliki kebutuhan kekuatan atau diartikan kekuasaan akan berusaha berperilaku yang dapat menghadirkan kesan positif sehingga akan mendapatkan status dari orang – orang sekelilingnya. Status inilah yang selanjutnya akan mewujudkan kekuasaannya. Perilaku yang dimunculkan misalnya : berusaha menjadi pelopor untuk kegiatan-kegiatan, berusaha menyelesaikan konflik yang terjadi di dalam organisasi, memberikan masukan dalam rapat, berusaha mempengaruhi lingkungan, dll. Dengan kata lain karyawan yang memiliki kebutuhan kekuasaan, menjadikan OCB sebagai alat untuk mendapatkan kekuasaan dan status dengan figur otoritas dalam organisasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerjanya.

3) Motif Afiliasi (hubungan) dan OCB
Karyawan yang memiliki motif afiliasi menempatkan hubungan dengan karyawan lain (rekan sekerja, atasan atau bawahan) bahkan juga pihak-pihak lain yang terkait, merupakan suatu hal yang harus diciptakan dan dipelihara. Dapat dikatakan karyawan tersebut "berorientasi terhadap orang" Untuk mewujudkan hal itu maka karyawan tersebut akan berperilaku yang "menyenangkan" pihak lain dengan sepenuh hati dan melayani orang lain merupakan prioritas utama. Perilaku tersebut misalnya: selalu siap menolong, melakukan kerjasama dengan baik, berusaha "melayani", sopan santun, memegang komitmen, ramah, dll. Perilaku-perilaku tersebut termasuk dalam kategori OCB yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja karyawan yang bersangkutan.

Uraian diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mei Maemunah (2006) yang antara lain menyatakan bahwa OCB berpengaruh secara positip dan signifikan terhadap kinerja.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis 3 :

H3 : Semakin tinggi OCB, maka semakin tinggi Kinerja Karyawan

4. Hubungan Kecerdasan Emosional dan Kinerja.

Banyak pengertian tentang kecerdasan emosional yang dikemukakan oleh para ahli, namun pada dasarnya memiliki kesamaan, yaitu bahwa kecerdasan emosional adalah salah satu penentu keberhasilan dalam kehidupan dan karir. Orang – orang yang mengenal emosi-emosi mereka sendiri dan mampu dengan baik membaca emosi orang lain dapat menjadi lebih efektif dalam pekerjaannya, sehingga dapat dikatakan bahwa kecerdasan emosional harus menjadi alasan mendasar dalam setiap pelatihan manajemen, untuk

menghasilkan kinerja karyawan yang tinggi.

Kecerdasan emosional menentukan potensi seseorang untuk mempelajari ketrampilan-ketrampilan yang disebut kecakapaan (ketrampilan) emosi. Dengan kata lain kecakapan emosi adalah kecakapan hasil belajar yang didasarkan pada kecerdsan emosi dan karena itu menghasilkan kinerja yang menonjol dalam pekerjaan. (Goleman,1999). Hal ini berarti dengan kecerdasan yang tinggi maka akan diperoleh kecakapan yang tinggi dan akhirnya akan menghasilkan kinerja yang tinggi pula

Beberapa penelitian menyatakan bahwa kecerdasan emosional memainkan peran yang penting dalam menciptakan kinerja karyawan. Ada satu penelitian, meneliti karakteristik-karakteristik dari para insinyur Luncent Technologies. Dan hasilnya yang berhasil menjadi bintang adalah mereka yang mempunyai kemampuan lebih baik dalam berhubungan dengan orang lain. Artinya yang menjadikan berkinerja tinggi adalah kecerdasan emosional. (Robbins:2007).

Penelitian lain yang ,yang mendukung dilakukan oleh Jorfi.H, Jorfi. S., Moghadam, K., (2010) yang berjudul *Impact of Emotional Intelligent on Performance of Employees*

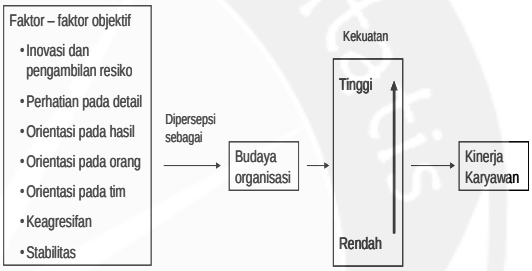
Berdasarkan uraian tersebut diatas, diajukan hipotesis 4 sebagai berikut :

H 4 : Semakin tinggi Kecerdasan Emosional, maka semakin tinggi Kinerja

5. Hubungan Budaya Organisasi dan Kinerja Karyawan

Pengelolaan budaya organisasi harus diarahkan kepada upaya untuk mendorong meningkatnya kinerja karyawan. Hal ini dapat dijelaskan dengan melihat bagaimana tujuh karakteristik utama yang secara keseluruhan merupakan hakekat budaya sebuah organisasi mempengaruhi kinerja karyawan (Robbins ,2008).

Pengaruh Budaya Terhadap Kinerja



Sumber : Robbins, 2008

Pendapat Robbins tersebut sesuai dengan hasil penelitian Olu Ojo (2009) mengenai *"Impact Assesment of Corporate On Employee Job Performance in Nigerian Banking Industry"* yang menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara budaya organisasi dengan kinerja karyawan. Demikian pula dengan hasil penelitian H.Teman Koesmono (2005) dengan judul "Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja serta Kinerja Karyawan pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah di Jawa Timur".

Berdasarkan uraian diatas dapat disusun hipotesis 5 sebagai berikut :

H5 : Semakin kuat Budaya Organisasi , maka semakin tinggi Kinerja Karyawan

6. Hubungan variabel Kecerdasan Emosional dan Kinerja Karyawans secara tidak langsung melalui variabel OCB.

Hubungan antara Kecerdasan Emosional dan Kinerja Karyawan secara tidak langsung melalui OCB belum diketahui secara pasti, karena sejauh ini belum dijumpai penelitian yang melakukannya. Namun dengan pemikiran adanya pengaruh positif antara Kecerdasan Emosional terhadap OCB (penjelasan 1) dan antara OCB dengan Kinerja (penjelasan 3), maka diduga adanya pengaruh secara tidak langsung antara Kecerdasan Emosional dengan Kinerja melalui OCB.

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka disusun hipotesis sebagai berikut

H6 = Kecerdasan Emosional berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan secara tidak langsung melalui OCB

7. Hubungan variabel Budaya Organisasi dan Kinerja Karyawan secara tidak langsung, melalui variabel OCB.

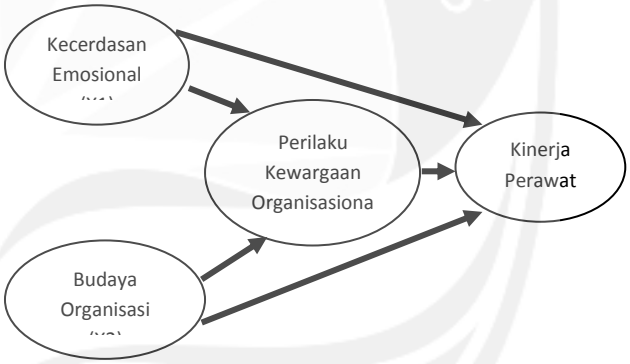
Hubungan antara Budaya Organisasi dan Kinerja Karyawan secara tidak langsung melalui OCB belum diketahui secara pasti, karena sejauh ini belum dijumpai penelitian yang melakukannya. Namun dengan pemikiran adanya pengaruh positif antara Budaya Organisasi terhadap OCB (penjelasan 2) dan antara OCB dengan Kinerja (penjelasan 3), maka diduga adanya pengaruh secara tidak langsung antara Budaya Organisasi dengan Kinerja melalui OCB.

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka disusun hipotesis sebagai berikut

H7= Budaya Organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan secara tidak langsung melalui variabel OCB

Kerangka Pemikiran Teoritis

Dari telaah teori dan hasil-hasil penelitian yang ada, maka pada penelitian ini diajukan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut,



Model penelitian

Hipotesis

Penelitian ini mengajukan tujuh hipotesis yang disusun berdasarkan kerangka pemikiran dan teori-teori yang mendasari yang telah dibahas di depan. Ketujuh hipotesis ini akan diuji dengan menganalisis variabel - variabel yang ditentukan dengan menggunakan analisis jalur.

H_1 : semakin tinggi kecerdasan emosional karyawan, semakin tinggi OCB

H_2 : semakin kuat budaya organisasinya semakin tinggi OCB.

H_3 : semakin tinggi OCB semakin tinggi kinerja perawat

H_4 : semakin tinggi kecerdasan emosional semakin tinggi kinerja karyawan

H_5 : semakin kuat budaya organisasi semakin tinggi kinerja karyawan

H_6 : kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan secara tidak langsung melalui OCB.

H_7 : budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan secara tidak langsung melalui OCB.

METODOLOGI

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perawat Rumah Sakit Tlogorejo Semarang yang berjumlah 362 orang. Populasi dalam penelitian ini menggunakan karakteristik tertentu, yaitu memiliki masa kerja lebih dari 1 tahun

Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, namun data yang dapat diolah hanya dari 99 responden.

Metode Pengumpulan Data.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan metode kuesioner, yang ditujukan untuk perawat dan atasannya

Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan terhadap variabel kecerdasan emosional, budaya organisasi, OCB dan kinerja perawat disajikannya dalam bentuk tabel nilai indeks. Kriteria tanggapan responden terhadap masing-masing variabel akan ditentukan sebagai sebagai berikut:

Nilai Minimum : (99 x 1) : 5 = 19,8

Nilai Maksimum : (99 x 5) : 5 = 99,0

Rentang Skala : (99,0– 19,8)/3 = 26,4

Kriteria :

1. 19,8 – 46,20 = Rendah
2. 46,21 – 72,70 = Sedang
3. 72,71 – 99,0 = Tinggi

Pernyataan	STS		TS		R		S		SS		Total	Indeks
	1		2		3		4		5			
KE 1	0	0	1	2	3	9	67	268	22	110	407	81,4
KE 2	1	1	1	2	3	9	73	292	21	105	409	81,8
KE 3	1	1	53	106	19	57	20	80	6	30	274	54,8
KE 4	0	0	0	0	5	15	64	256	30	150	421	84,2
KE 5	6	6	5	10	3	9	52	208	33	165	398	79,6
KE 6	2	2	20	40	14	52	42	168	21	105	367	73,4
KE 7	0	0	3	6	18	54	67	268	11	55	383	76,6
KE 8	1	1	1	2	7	21	63	252	27	135	411	82,2
KE 9	0	0	0	0	1	3	50	200	48	240	443	88,6
KE 10	0	0	0	0	3	9	75	300	21	105	414	82,8
KE 11	0	0	0	0	6	18	64	256	29	145	422	84,4
KE 12	0	0	1	2	1	3	68	272	29	145	422	84,4
KE 13	0	0	6	12	27	81	62	248	4	20	361	72,2
KE 14	0	0	1	2	4	12	56	224	38	190	428	85,6
	Nilai indeks Variabel Kecerdasan Emosional											79,42

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai indeks kecerdasan emosional sebesar 79,42 dan nilai indeks cukup merata di pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Hal ini menunjukkan

Pernyataan	STS	
	1	
OCB 1	0	0
OCB 2	2	2
OCB 3	0	0
OCB 4	0	0
OCB 5	0	0
OCB 6	0	0
OCB 7	0	0
OCB 8	0	0
OCB 9	1	1
OCB 10	0	0

Sumber : Data Primer

bahwa tingkat kecerdasan responden termasuk kategori tinggi, yang berarti mereka mempunyai kemampuan yang tinggi untuk memonitor perasaan dan emosi diri serta orang lain, kemampuan untuk belajar mengakui, menghargai perasaan pada diri sendiri dan orang lain.

2. Deskriptif Variabel Budaya Organisasi

Pernyataan	STS		TS		R		S		SS		Total	Indeks
	1		2		3		4		5			
BO 1	0	0	5	10	11	33	69	276	14	70	389	77,8
BO 2	0	0	0	0	3	9	65	260	31	155	424	84,8
BO 3	0	0	0	0	2	6	57	228	40	200	434	86,8
BO 4	1	1	14	28	20	60	60	240	4	20	349	69,8
BO 5	0	0	1	2	11	33	55	220	32	160	415	83,0
BO 6	0	0	0	0	10	30	59	236	30	150	416	83,2
BO 7	0	0	22	44	28	84	43	172	6	30	330	66,0
BO 8	2	2	37	74	12	36	44	176	4	20	308	61,6
BO 9	1	2	20	40	28	84	44	176	5	25	327	65,4
BO 10	4	4	36	72	26	78	32	128	1	5	287	57,4
	Nilai indeks Variabel Budaya Organisasi											73,58

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

Tabel menunjukkan angka indeks budaya organisasi adalah 73,58. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi tentang budaya organisasi khususnya profesionalisme di RS. Telogorejo sudah baik, termasuk kategori cukup kuat, Hal ini sesuai dengan adanya jawaban dari pertanyaan terbuka yang diajukan dalam kuesioner yang mengatakan bahwa profesionalisme sangat penting dimiliki oleh seorang perawat, kondisi profesionalisme yang ada sudah cukup baik namun perlu ditingkatkan

3. Kuantitatif Variabel OCB

Berdasarkan tabel di atas dilihat bahwa nilai indeks OCB sebesar 78,10. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat OCB adalah tinggi, yang bermakna bahwa persepsi tentang perilaku OCB sangat dipahami dan diindikasikan frekuensi munculnya perilaku OCB juga tinggi.

4. Kuantitatif Variabel Kinerja Perawat

Pernyataan	STS		TS		R		S		SS		Total	Indeks
	1		2		3		4		5			
KP 1	0	0	4	8	19	57	72	288	4	20	373	74,6
KP 2	2	2	24	48	12	36	57	228	4	20	334	66,8
KP 3	0	0	0	0	6	18	77	308	16	80	406	81,2
KP 4	0	0	0	0	12	36	65	260	22	110	406	81,2
KP 5	0	0	0	0	7	21	65	260	27	135	416	83,2
KP 6	0	0	0	0	6	18	74	296	19	95	409	81,8
KP 7	0	0	0	0	6	18	74	296	19	95	409	81,8
KP 8	0	0	2	4	7	21	72	288	18	90	403	80,6
KP 9	*0*	*0*	*1*	*2*	*11*	*33*	*67*	*268*	*20*	*100*	*403*	80,6
KP10	0	0	0	0	12	36	66	264	21	105	405	81,0
	Nilai indeks Variabel Kinerja Perawat											79,28

Sumber : Data Primer yang diolah, 2011

Tabel di atas menunjukkan nilai indeks variabel kinerja perawat adalah 79,28 Hal ini berarti kinerja perawat termasuk kategori tinggi. Hasil ini merupakan persepsi para atasan terhadap perawat yang ada dibawahnya.

Pengujian Realibilitas dan Validitas

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap konstruk menunjukkan hasil yang signifikan, berarti semua pertanyaan dinyatakan valid. Uji untuk reliabilitas juga menunjukkan hasil semua variabel memiliki koefisien alpha > o,60, maka semua item variabel dinyatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis

Setelah seluruh asumsi pada analisis jalur terpenuhi, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian hipotesis melalui dua tahap regresi linear. Regresi tahap pertama menguji pengaruh variabel kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap variabel OCB. Sedangkan regresi tahap kedua menguji pengaruh variabel kecerdasan emosional, budaya organisasi dan OCB terhadap kinerja perawat. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada tabel berikut :

1. Hasil Regresi Tahap Pertama

Regresi Tahap Pertama

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Hasil Uji F Regresi Tahap Pertama

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,287	2	1,643	27,784	,000[a]
	Residual	5,678	96	,059		
	Total	8,964	98			

a. Predictors: (Constant), RBO, RKE

b. Dependent Variable: ROCB

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

Uji F pada regresi tahap pertama digunakan untuk menguji tingkat signifikansi model riset dengan mengukur pengaruh variabel kecerdasan emosional dan budaya organisasi. Tabel 4.8 menunjukkan nilai F hitung sebesar 27,784 dengan angka signifikansi sebesar 0,00 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain secara simultan terdapat pengaruh signifikan dari variabel kecerdasan emosional (KE) dan budaya organisasi (BO) terhadap OCB.

Hasil Uji T Regresi Tahap Pertama

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,340	,368		3,640	,000
	RKE	,340	,098	,317	3,468	,001
	RBO	,332	,078	,391	4,277	,000

a. Dependent Variable: ROCB

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

Uji t digunakan untuk menghitung signifikansi besarnya pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam model regresi tahap pertama, uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dari variabel kecerdasan emosional dan budaya organisasi terhadap OCB. Tabel diatas menunjukkan bahwa secara parsial, kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap OCB dengan koefisien sebesar 0,317 dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap OCB dengan koefisien sebesar 0,391.

2. Hasil Regresi Tahap Kedua

$$\mathbf{Y_2 = a + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + e}$$

Hasil Uji F Regresi Tahap Kedua

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,383	3	,461	3,059	,032[a]
	Residual	14,316	95	,151		
	Total	15,698	98			

a. Predictors: (Constant), ROCB, RKE, RBO

b. Dependent Variable: RKP

signifikansi model riset dengan mengukur pengaruh variabel kecerdasan emosional dan budaya organisasi dan OCB terhadap variabel kinerja karyawan. Tabel 4.10 menunjukkan nilai f hitung sebesar 3,059 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 maka model

regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel kecerdasan emosional, budaya organisasi dan OCB berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja perawat.

$$Y_2 = 0.251X_1 - 0.118X_2 + 0.144Y_1$$

Hasil Uji T Regresi Tahap Kedua

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,309	,627		3,683	,000
	RKE	,357	,166	,251	2,147	,034
	RBO	-,133	,135	-,118	-,982	,329
	ROCB	,190	,163	,144	1,169	,245

a. Dependent Variable: RKP

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

signifikan terhadap kinerja perawat dengan koefisien sebesar 0.251. Budaya organisasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja perawat dengan koefisien sebesar 0.118. OCB berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perawat dengan koefisien sebesar 0.144.

Uji T digunakan untuk menghitung signifikansi besarnya pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam model regresi tahap kedua, uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dari variabel kecerdasan emosional terhadap variabel kinerja perawat, dari variabel budaya organisasi terhadap variabel kinerja perawat dan dari variabel OCB terhadap kinerja perawat.

Perhitungan Koefisien Jalur

Perhitungan koefisien setiap jalur pada Analisis Jalur menggunakan koefisien regresi yang telah terstandardisasi (*standardized coefficients*). *Standardized Coefficients* berfungsi mengukur variabel independen yang memiliki pengaruh dominan atau paling berpengaruh terhadap variabel dependen (Hair *et al*., 2006). Berdasarkan regresi dua tahap pada penelitian ini, diperoleh hasil sebagai berikut :

Koefisien Determinasi Pada Regresi Tahap 1

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,605[a]	,367	,353	,24320

a. Predictors: (Constant), RBO, RKE

b. Dependent Variable: ROCB

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

Koefisien Determinasi Pada Regresi Tahap 2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,297[a]	,088	,059	,38819

a. Predictors: (Constant), ROCB, RKE, RBO

b. Dependent Variable: RKP

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

Besarnya *error* yang terjadi pada masing-masing variabel endogen (dependen) OCB dan kinerja perawat adalah sebagai berikut :

a. Besarnya error pada variabel endogen OCB :

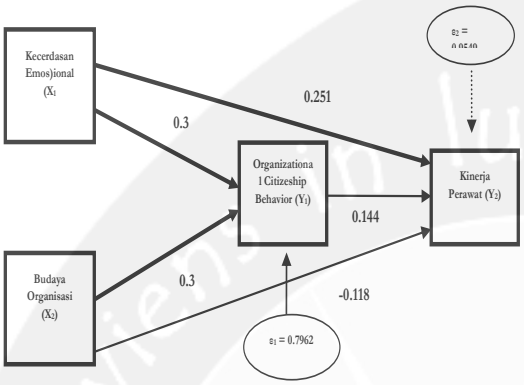
$$Pe_1 = \sqrt{1 - 0.605^2} = \mathbf{0.7962}$$

b. Besarnya error pada variabel endogen kinerja perawat :

$$Pe_2 = \sqrt{1 - 0.297^2} = \mathbf{0.9549}$$

Dari perhitungan di atas, maka nilai koefisien pada setiap jalur dapat digambarkan sebagai berikut :

Nilai Koefisien pada Setiap Jalur



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2011

- Pengaruh total kecerdasan emosional terhadap kinerja perawat :
  = 0.251 + (0.317)(0.144) = 0.297
- Pengaruh total budaya organisasi terhadap kinerja perawat :
  = -0.118 + (0.391)(0.144) = -0.06
- Pengaruh total OCB terhadap kinerja perawat :
  = 0.144

Pembahasan.

Pembahasan akan dilakukan untuk masing-masing hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan. Disamping melihat hasil uji hipotesis, juga melihat hasil analisis deskriptif dan juga hasil-hasil penelitian terdahulu. Untuk mempermudah pembahasan yang dilakukan berikut ini disajikan tabel yang berisi ringkasan hasil uji hipotesis.

Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
H_1= Semakin tinggi kecerdasan emosional, semakin tinggi OCB	**Positif, Signifikan**	**Diterima**
H_2=Semakin kuat budaya organisasi, semakin tinggi OCB	**Positif, Signifikan**	**Diterima**
H_3=Semakin tinggi OCB, semakin tinggi kinerja perawat	**Positif, Tidak Signifikan**	**Ditolak**
H_4= Semakin tinggi kecerdasan emosional semakin tinggi kinerja Perawat	**Positif, Signifikan**	**Diterima**
H_5=Semakin kuat budaya organisasi, semakin tinggi kinerja perawat	**Negatif, Tidak Signifikan**	**Ditolak**
H_6= Kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap kinerja perawat secara tidak langsung melalui OCB	**Koefisien jalur langsung > tidak langsung**	**Ditolak**
H_7=Budaya organisasi berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kinerja perawat melalui OCB	**Koefisien jalur langsung > tidak langsung**	**Ditolak**

Hipotesis 1

H_1 = Semakin tinggi kecerdasan emosional, semakin tinggi OCB

Melalui pengujian hipotesis, kecerdasan emosional terbukti membawa pengaruh yang positif dan signifikan terhadapOCB. Koefisien pengaruh variabel kecerdasan emosional adalah sebesar 0.317 dan signifikan pada **ρ** = 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kecerdasan emosional seseorang maka akan memunculkan perilaku OCB dengan frekwensi yang tinggi. Hasil uji hipotesis ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Dwi Hardaningtyas (2004), yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap OCB.

Kondisi ini sesuai dengan hasil analisis deskriptif yang dilakukan, yakni variabel kecerdasan emosinal dan OCB (masing-masing termasuk dalam kategori "tinggi"

Hasil ini bermakna bahwa untuk memunculkan perilaku OCB dapat melalui kecerdasan emosional. Perilaku OCB sangat bermanfaat untuk mencapai dan meningkatkan keefektifan organisasi, sehingga untuk itu sangat penting untuk "mengasah" kecerdasan emosional. Kecerdasan emosional menentukan potensi untuk mempelajari ketrampilan-ketrampilan yang disebut kecakapan emosional. Goleman (1999) membagi kecerdasan emosional menjadi dua, yaitu kecakapan pribadi (kesadaran diri, pengaturan diri dan motivasi), dan kecakapan sosial (empati dan ketrampilan sosial). Kecerdasan emosional yang tinggi akan menjadikan seseorang memiliki kecakapan pribadi dan kecakapan sosial yang baik. Diharapkan hal tersebut akan meningkatkan frekwensi munculnya perilaku OCB. Perilaku ini sangat dibutuhkan oleh seorang karyawan terlebih lagi bagi seorang perawat, dimana mereka bekerja dalam "*team work*".

Hipotesis 2

H_2 = Semakin kuat budaya organisasi, semakin tinggi OCB

Melalui pengujian hipotesis, budaya organisasi terbukti membawa pengaruh yang positif dan signifikan terhadap OCB. Koefisien pengaruh budaya organisasi adalah sebesar 0.391 dan signifikan pada **ρ** = 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin melekat budaya organisasi dalam hal ini makin tinggi tingkat profesionalisme, maka dapat lebih sering memunculkan perilaku OCB, Hasil uji hipotesis ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Min-Huei Chien (2004) dari The Overseas Chinesse Institute of Technology, Taiwan,R.O.C yang berjudul *An Investigation of Relationship of Organizational Structure, Employee's Personality and Organinizational Citizenship Behaviors*, yang antara lain menunjukkan adanya hubungan positif antara budaya organisasi dengan OCB.

Kondisi ini sesuai dengan hasil analisis deskriptif yang dilakukan bahwa budaya organisasi (tabel 4.3) masuk dalam kategori "kuat" dan OCB (tabel 4.4) termasuk dalam kategori "tinggi".

Hasil ini mengindikasikan bahwa seseorang yang profesional akan bertanggung jawab terhadap keberhasilan pekerjaannya. Dan hal ini menyebabkan dia akan melakukan segala upaya agar hal tersebut terwujud. Keadaan ini memungkinkan munculnya perilaku OCB, yaitu rela melakukan pekerjaan di luar deskripsinya.

Hipotesis 3

H_3 = Semakin tinggi OCB, semakin tinggi kinerja perawat

Melalui pengujian hipotesis, OCB terbukti membawa pengaruh yang positif terhadap Kinerja Perawat. Koefisien pengaruh OCB adalah sebesar 0.144 dan signifikan pada **ρ** = 0.0245, yang berarti OCB berpengaruh positip terhadap Kinerja Perawat, namun tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan

bahwa semakin tinggi tingkat kecerdasan emosional , dapat meningkatkan kinerja yang dicapai oleh perawat, namun pengaruh tersebut sangat kecil sehingga tidak bermakna. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 ditolak.

Hal ini juga bertentangan dengan hasil penelitian Mei Maemunah yang berjudul "Pengaruh Kewibawaan Pimpinan terhadap OCB dan Kinerja Karyawan STMIK AMIKOM Yogyakarta, yang menyebutkan bahwa OCB berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja.

Hasil analisis deskriptif yang dilakukan, menunjukkan persepsi terhadap pemahaman perilaku OCB adalah "tinggi". Secara teori dan hasil penelitian Mei Matmunah, OCB dapat meningkatkan kinerja perawat. Namun hasil analisis menunjukkan hal yang berbeda. Keadaan ini dapat dijelaskan dengan pendekatan bahwa job performance dapat dilihat dari dua pengertian yaitu *task performance* dan *contextual performance* (Borman & Motowidlo, 1993; Motowidlo & Schmit, 1999; Mottowidlo & Van Scotter, 1994) dalam Nancy Befort and Keith Hattrup (2003). Dijelaskan bahwa *task performance* meliputi perilaku yang berkontribusi langsung pada aktivitas inti dan pemeliharaan organisasi, seperti produksi,

Hipotesis 4

H_4 = Semakin tinggi kecerdasan emosional semakin tinggi kinerja Perawat

Melalui pengujian hipotesis, kecerdasan emosiona terbukti membawa pengaruh positif terhadap kinerja perawat. Hasil analisis menunjukkan koefisien pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja perawat sebesar 0,251 dan signifikansi 0,034. Temuan ini konsisten dengan banyak penelitian yang sudah dilakukan, yang hasilnya menyatakan bahwa kecerdasan emosional memainkan peran yang penting dalam menciptakan kinerja karyawan (Robbins,2008). Penelitian lain yang memberikan hasil yang sama dilakukan oleh Jorfi,H., S.,Moghadam,K.,(2010) yang berjudul *"Impact of Emotional Intelligence on Performance of Employee"*.

Kondisi ini sesuai dengan analisis deskriptif yang dilakukan, dimana variabel kecerdasan emosional dan kinerja perawat masuk dalam kategori "tinggi".

Penjelasan lebih lanjut dapat diberikan dengan melihat tugas utama seorang perawat adalah membantu dan melayani pasien. Sehingga seorang perawat harus mempunyai dasar minat peduli pada kemanusiaan, rasa kasih sayang, tidak mementingkan diri sendiri, ramah, disamping harus memiliki ketrampilan yang yang dibutuhkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan seorang perawat tergantungpada pemahaman diri sendiri tentang kekuatan dan kelemahan, mampu mempengaruhi orang lain. Dengan kata lain yang dibutuhkan adalah memiliki kecerdasan emosional.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa dengan memiliki kecerdasan emosional yang tinggi maka seorang perawat akan

yang menghasilkan kinerja yang tinggi pula.

Hipotesis 5

H_5 = Semakin kuat budaya organisasi, semakin tinggi kinerja perawat

Hasil uji hipotesis menunjukkan Budaya Organisasi tidak mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Perawat, yang ditunjukkan dengan koefisien yang negatif, sebesar – 0,118 dan siginifikansi 0,329. (negatif, tidak signifikan). Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Olu Ojo (2009), H.Teman Koesmono(2005) dan juga sebagian besar teori-teori yang ada.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai indeks Budaya Organisasi (profesionalisme) masuk ke dalam kategori kuat (73,58) dan nilai indeks Kinerja Perawat juga masuk ke dalam kategori tinggi (79,28). Namun dalam penelitian ini pernyataan dalam kuesioner kinerja diisi oleh atasan langsung, dan Budaya Organisasi diisi oleh para perawat. Sehingga dapat terjadi kemungkinan bahwa persepsi yang digunakan berbeda dari sudut pandang keduanya.

Masalah ini mungkin dapat didekati dengan pemahaman antara maskulinitas dengan feminimitas. Untuk Indonesia, budaya yang lebih dekat adalah feminimitas, dimana penilaian kinerja *performance appraisal* biasanya kalah dengan *character appraisa*l yaitu sifat-sifat seseorang individu yang dikategorikan baik, meskipun berkinerja buruk. Hal inilah yang diindikasikan terjadi dalam penelitian ini sehingga pengaruh budaya organisasi (profesionalisme) terhadap kinerja perawat adalah negatif tidak signifikan.

Hal lain yang mungkin terjadi adalah karena masih cukup banyak jawaban responden yang menyatakan bahwa profesionalisme belum begitu diakui, belum sepenuhnya sesuai, sudah dijalankan tetapi tidak sesuai dengan kompensasinya, dituntut untuk profesional tetapi kurang mendapat pengakuan. Kondisi inilah yang juga memungkinkan pengaruh budaya organisasi (profesionalisme) terhadap kinerja perawat adalah negatif tidak signifikan.

Hipotesis 6

H_6 = Kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap kinerja perawat secara tidak langsung melalui OCB

Hasil analisis path menunjukkan bahwa koefisien path pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Perawat secara langsung adalah lebih besar dibandingkan dengan koefisien path secara tidak langsung atau 0,251>(0,357X0,144). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja Perawat secara tidak langsung adalah negatif, yang berarti dalam hubungan ini OCB bukan merupakan variabel intervening dengan kata lain hipotesis 6 ditolak.

Hipotesis 7

H_7 = Budaya organisasi berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kinerja perawat melalui OCB

Hasil analisis path menunjukkan bahwa koefisien path pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Perawat secara langsung adalah lebih besar dibandingkan dengan koefisien path secara tidak langsung atau 0,251>(0,357X0,144). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja Perawat secara tidak langsung adalah negatif., yang berarti dalam hubungan ini OCB bukan merupakan variabel intervening dengan kata lain hipotesis 7 ditolak.

Penjelasan untuk hipotesa 6 dan 7 dapat diberikan seperti dalam pembahasan hipotesa 3, bahwa untuk menganalisis hubungan OCB dan kinerja, maka yang seharusnya digunakan adalah konsep contextual performance.

Penjelasan lain dapat ditambah dengan hasil penelitian yang menggunakan OCB sebagai variabel intervening yaitu antara pengaruh variabel komitment organisasional terhadap kepuasan kerja yang dilakukan oleh Harman Setiyawan (2009) diperoleh hasil bahwa pengaruh komitmen organisasional terhadap kepuasan kerja lebih bersifat langsung dibandingkan tidak langsung (melalui OCB). Hal ini dapat diartikan bahwa sebagai variabel intervening OCB bersifat lemah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel kecerdasan emosional terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap OCB, yang berarti hipotesis 1 diterima. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kecerdasan emosional yang dimiliki perawat maka akan meningkatkan frekwensi munculnya perilaku OCB. Kondisi ini sesuai dengan hasil analisa deskriptif yang dilakukan terhadap jawaban-jawaban responden, dimana diperoleh kedua variabel tersebut termasuk kategori "tinggi".
   Hasil ini bermakna bahwa sangatlah penting untuk meningkatkan kecerdasan emosional dengan menciptakan kondisi lingkungan yang kondusif, dan pembinaan yang terus menerus sehingga dapat memicu munculnya perilaku OCB.

2. Variabel budaya organisasi terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap OCB, yang berarti hipotesis 2 diterima. Hal ini menunjukkan semakin kuat budaya organisasi(profesionalisme) yang dimiliki perawat, maka akan meningkatkan frekuensi munculnya perilaku OCB. Kondisi ini sesuai dengan hasil analisa deskriptif yang dilakukan terhadap jawaban responden, dimana diperoleh variabel budaya organisasi masuk dalam kategori "kuat", dan variabel OCB masuk dalam kategori "tinggi"

   Hasil ini bermakna bahwa budaya organisasi khususnya profesionalisme dapat memicu munculnya perilaku OCB. Pembinaan yang mengarah pada peningkatan profesionalisme sangat

dibutuhkan untuk memicu munculnya perilaku OCB.

3. Variabel OCB terbukti memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja perawat, yang berarti hipotesis 3 ditolak. Dilihat dari analisis deskriptif terhadap jawaban responden tentang OCB hasilnya adalah masuk kategori "tinggi". Hal ini diperkirakan karena antara variabel OCB dan kinerja dimediasi oleh variabel lain atau kondisi yang mendukung.

   Hasil ini bermakna bahwa agar perilaku OCB dapat meningkatkan kinerja karyawan, dibutuhkan adanya hal-hal atau kondisi yang mendukung munculnya perilaku OCB, yaitu lingkungan non fifik atau hubungan antar individu yang baik, sehingga dapat menimbulkan rasa aman, rasa nyaman, rasa kebersamaan dalam bekerja.

4. Variabel kecerdasan emosional terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, yang berarti hipotesis 4 diterima. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kecerdasan emosional, yang dimiliki. maka akan meningkatkan kinerja karyawan. Kondisi ini sesuai dengan hasil analisis deskriptif dari jawaban responden yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut masuk dalam kategori "tinggi".

5. Variabel budaya organisasi (profesionalisme) terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja, yang berarti hipotesis 5 ditolak. Dilihat dari hasil analisis deskriptif kedua variabel tersebut masuk dalam kategori "kuat/tinggi" . Kondisi ini dapat didekati dengan pemahaman budaya antara maskulinitas dan feminimitas, dimana Indonesia lebih menganut paham ferminimitas. Dalam paham feminimitas, penilaian kinerja (performance appraisal) biasanya kalah dengan *character appraisal*, yang berarti sifat-sifat (karakter) seseorang dikategorikan baik, meskipun kinerjanya buruk.

6. Variabel OCB tidak terbukti sebagai variabel intervening antara pengaruh variabel kecerdasan emosional dengan kinerja, yang berarti hipotesis 6 ditolak. Dan juga tidak terbukti menjadi variabel intervening antara pengaruh variabel budaya organisasi dengan kinerja karyawan, yang berarti hipotesis 7 ditolak. Hal ini diperkirakan karena sebagai variabel intervening, OCB lemah bahkan pengaruh OCB terhadap kinerja karyawan membutuhkan variabel mediasi. Penyebab yang memungkinkan adalah karena dalam penelitian ini tidak dipisahakannya kinerja dalam pengertian task performance dan contextual performance. Dalam konteks ini OCB berkaitan erat dengan contextual performance

Rekomendasi
Implikasi Manajerial.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan jawaban responden terhadap pertanyaan terbuka serta didukung oleh teori-teori yang mendasari, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Melihat bahwa kecerdasan emosional mempunyai pengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap kinerja dan dengan memperhatikan pendapat responden yang menyadari pentingnya kecerdasan emosional untuk menjalankan tugasnya, maka disarankan pihak manajemen untuk selalu menciptakan kondisi kerja yang mendukung. Hal ini dapat dilakukan dengan memelihara hubungan antar perawat melalui kegiatan-kegiatan kebersamaan, misalnya kegiatan olah raga, kesenian, keagamaan dan sosial. Disamping itu dapat pula dengan mengadakan penyegaran melalui pelatihan-pelatihan, pembinaan dan seminar.
2. Secara teori dan hasil-hasil penelitian terdahulu menunjukkan hubungan yang positif antara budaya organisasi khususnya profesionalisme dengan kinerja. Analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman tentang profesionalisme. Namun uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang negatif. Oleh sebab itu disarankan kepada pihak manejemen untuk mempelajari mengapa hal ini dapat terjadi , terutama dalam sistim penilaian prestasi kerja yang dilakukan. juga,sistim kompesasi yang ada.

Hasil penelitian terdahulu dan teori-teori yang ada menyatakan bahwa OCB adalah cara yang "murah" untuk meningktakan kinerja karyawan.Namun hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang negatif, disisi lain responden menyadari pentingnya perilaku OCB dalam melaksanakan tugasnya. Oleh sebab itu disarankan kepada pihak manajemen untuk menciptakan kondisi yang memicu munculnya perilaku OCB, misalnya dengan membina rasa kebersamaan dalam menjalankan tugas dan keakraban diantara para perawat melalui kegiatan - kegiatan bersama baik formal maupun informal.

Limitasi dan Agenda Penelitian Mendatang.

Keterbatasan penelitian ini disadari dan masih perlu adanya perbaikan dan pengembangan bagi penelitian mendatang.

1. Diperolehnya hasil nilai determinasi total sebesar 42,2% menunjukkan masih ada 57,8% yang dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Oleh sebab itu untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel yang diteliti sehingga dapat lebih menjelaskan model dan diperoleh hasil yang lebih baik
2. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari responden hanya dengan metode kuesioner. Untuk penelitian mendatang disaran untuk dilengkapi metode wawancara dengan *key person* untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan untuk mempertajam analisis yang dilakukan..
3. Penelitian ini tidak memisahkan pengertian kinerja dalam task performance dan contextual performance, yang sangat dibutuhkan dalam menganalisis OCB. Oleh sebab itu untuk penelitian mendatang disarankan untuk melakukan hal tersebut agar diperoleh nalisis yang lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Befort, N., Hattrup, K., 2003, "*Valuing Task and Contextual Performance: Experience, Job Roles,*

and Rating of the Importance of Job Behaviors", ***Applied H.R.M Research***, Vol.8, No.1, hal 17 - 32

Budiharjo, Andreas, 2004, "Mengenal *Organizational Citizenship Behavior (OCB)"*, **Forum Manajemen Prasetiya Mulya**, tahun ke XVIII no.82

Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S., 2002, **Metode Riset Bisnis Ed.9 Vol.1**, PT. Media Global Edukasi, Jakarta

Dessler, Gary, 1997, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, PT. Prenhallindo, Jakarta

Dwi Hardaningtyas, 2004, **Pengaruh Tingkat Kecerdasan Emosi Dan Sikap Pada Budaya Organisasi Terhadap *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* Pada Pegawai PT (Persero) Pelabuhan Indonesia,** Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga (dipublkasikan)

Fuad Mas'ud, 2002, **40 Mitos Manajemen Sumber Daya Manusia**, Badan Penerbit UNDIP, Semarang

----------, 2004, **Survay Diagnosis Organisasional Konsep dan Aplikasi,** Badan Penerbit UNDIP, Semarang

Ferdinand, A. T., 2006, **Metode Penelitian Manajemen :Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen,** Badan Penerbit UNDIP, Semarang

Goleman, Daniel, Boyatzis, Richard, & McKee, Annie, 2005, ***Primal Leadership.* Kepemimpinan Berdasarkan Kecedasan Emosi,** PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta

Goleman, Daniel, 1999, **Kecerdasan Emosi Untuk Mencapai Puncak Prestasi,** PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta

Henry Simamora, 1995, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta

Imam Ghozali, 2006, **Metode Penelitian Manajemen dan Akuntansi Ed.3**, UPP AMP YKPN, Yogyakarta

----------,2009, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Badan Penerbit UNDIP, Semarang

----------, 2009, **Ekonometrika-Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17,** Badan Penerbit UNDIP, Semarang

Jamshidi, S., Bagherzadeh, E., Nikoo, H.,2010, "*Studying of relationship between emotional intelligence and employees performance: case study Bandar Abbas customs in Iran*", **International Conference on Bussiness and Economic Research**

(ICBER 2010), August 3, 2010, Kuching, Sarawak.

Jorfi, H., Jorfi, S., Moghadam, K., 2010, "*Impact of Emotional Intelligence on Performance of Employees*", **in Postmodern Openings**, Year 1, No.4, Vol 4

Koesmono, H. Teman, 2005, "Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja serta Kinerja Karyawan pada Subsektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Jawa Timur", **Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan**, Vol.7, No.2, hal.171-188

Mangkunegara, Anwar Prabu, 2005, **Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan**, cetakan Keenam, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Meyer, Henry, **Manajemen Dengan Kecerdasan Emosional,** Nuansa, Bandung

Min-Huei, 2004, "*An Investigation of Relationship of Organizational Structure, Employee's Personality and Organizational Citizenship Behavior",* **The Jurnal of American Academy of Business,** September, pp.428-430

Ojo, Olu, 2009, "*Impact Assesment of Corporate Culture on Employee Job Performance",* **Bussiness Intelegence Journal**, Vol. 2, No.2, pp.388-397

Pareke, Fahrudin J. S., 2004, Dimensionalisasi Perilaku Di Luar Peran Kerja, **Jurnal Bisnis dan Ekonomi,** voll 11, No.2

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge, 2008, **Perilaku Organisasi Ed.12 Buku 1.,** Salemba Empat, Jakarta

----------, 2008, **Perilaku Organisasi Ed.12 Buku 2.,** Salemba Empat, Jakarta

Salarzehi H., Yaghoubi N.M., Naroei M., Sin L.G., 2011, "*A Survey of Relationship Between Emotional Intelligence and Organizational Citizenship Behavior in Iran*"**, International Business And Mangement**, Vol 3, No 1

Santoso, S, 2004, **Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat**, Elex Media Komputindo, Jakarta

Setiyawan, H., 2009, **Pengaruh Komitmen Organisasional Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Organizational Citizenship Behavior (OCB) Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Inspektorat Kabupaten Temanggung)**, Tesis, Program Studi Magister Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan)

Sy, Thomas dan Cote, Stephane, 2004, "*Emotional Intelligence A Key Ability to Succeed in The Matrix Organization*", **Jurnal of**

Management Development, Vol.23, No.5, pp. 437 – 455.

Tika, Moh. Pabundu, 2010, **Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan**, cetakan Ketiga, PT. Bumi Aksara, Jakarta

Willy Luthfiani Rosalina, 2008, "Pengaruh Kecerdasan Emosional Perawat Terhadap Perilaku Melayani Konsumen dan Kinerja Perawat Rumash Sakit Daerah Kabupaten Indramayu", **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, Vol.2, No.3, pp 195 – 215.

ECONOMICS AND DEVELOPMENT

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS

"SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

Purwokerto, 21 November 2012

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

DAN

HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

ANALYSIS OF HOUSEHOLD CONSUMPTION OF COCONUT SUGAR FARMERS IN SUMEDO VILLAGE, PEKUNCEN DISTRICT, BANYUMAS REGENCY

Agus Arifin[1)]
E-mail: arifin_ie@yahoo.co.id
[1)]Lecturer of Economics Faculty in Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the factors that built the consumption pattern of households of coconut sugar farmer in Semedo Village, Pekuncen Subdistrict, Banyumas Regency. Those factors were household income, marketing patterns, the number of family, and education level.This study used primary data by survey method that was collected from respondents. They were households of coconut sugar farmer in Semedo Village. The analysis method used in this study were cross tabulation, the criteria of the contribution of farm earnings, marketing margin analysis and farmer share, APC criteria, and welfare criteria.
The result shows that household income and education levels have a positive effect on household consumption. The contribution of farm earnings to household income is relatively significant. Based on the marketing margin analysis and farmer's share, the best of marketing pattern was pattern II. Based on APC criteria, farm earnings could satisfy the needs of their household consumption patterns. Last but not least, farmers were in the middle level condition, neither poor nor prosperous.

Keywords: *consumption pattern, household income, farm earning, welfare*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor–faktor yang membentuk pola konsumsi rumah tangga petani gula kelapa di Desa Semedo, Kecamatan Pekuncen, Kabupten Banyumas. Faktor-faktor tersebut adalah pendapatan rumah tangga, pola pemasaran, jumlah tanggungan keluarga, dan tingkat pendidikan. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode survey yang dikumpulkan dari sejumlah responden. Mereka adalah rumah tangga petani gula kelapa di Desa Sumedo. Metode analisis yang digunakan adalah tabulasi silang, kriteria kontribusi pendapatan usaha tani, analisis margin pemasaran dan *farmer share*, kriteria APC, dan kriteria kesejahteraan. Hasilnya adalah bahwa pendapatan rumah tangga dan tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap pola konsumsi rumah tangga petani. Di samping itu, pendapatan usaha tani juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan total rumah tangga. Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran dan *farmer's share* bahwa pola

pemasaran yang paling menguntungkan bagi petani adalah pola II. Berdasarkan kriteria APC bahwa pendapatan usaha tani dapat memenuhi kebutuhan pola konsumsi rumah tangga petani. Sementara itu, berdasarkan kriteria kesejahteraan bahwa kondisi kesejahteraan petani berada pada level tidak miskin dan tidak pula sejahtera.

Kata kunci: pola konsumsi, pendapatan rumah tangga, pendapatan usaha tani, sejahtera

PENDAHULUAN

Peran sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi sangat penting karena sebagian besar anggota masyarakat di negara-negara miskin maupun sedang berkembang menggantungkan hidupnya pada sektor tersebut. Jika para perencana dengan sungguh-sungguh memperhatikan kesejahteraan masyarakatnya, maka satu-satunya cara adalah dengan meningkatkan kesejahteraan sebagian besar anggota masyarakatnya yang hidup di sektor pertanian itu. Cara ini bisa ditempuh dengan jalan meningkatkan produksi tanaman pangan dan tanaman perdagangan mereka dan atau dengan menaikkan harga yang mereka terima atas produk-produk yang mereka hasilkan (Arsyad, 1999:327).

Menurut Maria Widyarini (2007:70), para pakar ekonomi pertanian sepakat bahwa konsep ketahanan pangan mencakup penyediaan pangan dalam jumlah dan kualitas yang cukup serta dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Dari predikat miskin yang disandang petani, banyak orang menilai bahwa petani identik dengan kebodohan dan keterbelakangan. Hal tersebut yang menjadikan posisi petani dianggap kurang bermartabat, bahkan terkadang dianalogikan petani berada dalam strata sosial ekonomi masyarakat yang paling rendah.

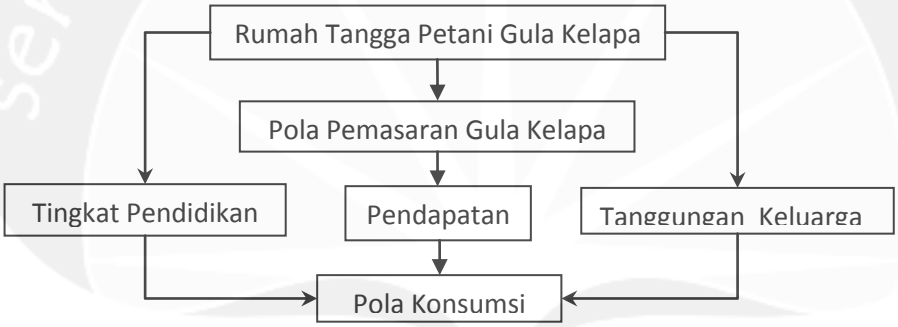
Keterbelakangan kehidupan petani dalam mencukupi kebutuhan ekonomi keluarganya senantiasa dihadapkan pada keterbatasan masing-masing anggota keluarga. Hal ini tentu saja akan berimplikasi pada besar kecilnya jumlah pendapatan keluarga yang dalam hal ini dipengaruhi oleh proses pemasaran hasil produksi pertanian, jumlah tanggungan keluarga dan tingkat pendidikan yang mempengaruhi pola konsumsi rumah tangga petani.

Sumbangan sektor pertanian yang cukup besar terhadap PDRB ternyata tidak menjamin kesejahteraan petani, khususnya petani yang memiliki lahan sendiri. Desa Semedo merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Banyumas, sebagian besar penduduknya hidup dari sektor pertanian, terutama gula kelapa. Gula kelapa sendiri sudah menjadi komoditas ekspor, namun dilihat dari angka kemiskinan masyarakat di Desa Semedo menunjukan bahwa pendapatan yang diterima petani gula kelapa di Desa Semedo tidak menjamin kesejahteraan mereka.

Kesejahteraan petani dapat dilihat dari sisi pendapatan. Dengan skala produksi yang kecil dan harga yang ditentukan sepenuhnya oleh para pedagang, membuat petani sulit

menaikan pendapatan mereka. Pendidikan yang rendah, jumlah tanggungan keluarga yang banyak, dan jumlah pohon yang sedikit adalah sejumlah kendala yang dihadapi petani, bahkan banyak di antara mereka yang tidak memiliki pohon dan terpaksa menjadi buruh tani. Realita ini menunjukan bahwa kehidupan yang dialami petani adalah satu gambaran kondisi konsumsi dan tingkat kesejahteraan petani.

Dengan uraian tersebut, penting dilakukan analisis tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pola konsumsi rumah tangga, seperti pendapatan, tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan keluarga. Di samping itu, perlu dianalisis pertanyaan yang muncul seperti seberapa besar kontribusi pendapatan usaha tani terhadap pendapatan total rumah tangga, bagaimana pola pemasaran yang paling menguntungkan bagi petani, bagaimana pola konsumsi rumah tangga mereka, dan sudahkah mereka memenuhi tingkat kesejahteraan yang memadai. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini disajikan kerangka pemikiran untuk analisis di atas.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dengan besarnya pendapatan yang diterima diharapkan dapat membantu dalam memenuhi konsumsi rumah tangga petani. Pendapatan dalam hal ini dapat dilakukan dengan pemilihan jalur pemasaran yang optimal untuk mencapai pendapatan yang menguntungkan petani. Pendapatan rumah tangga sebagian besar berasal dari usaha tani dan ada tambahan dari pekerjaan lain.

Selain pendapatan, tingkat pendidikan juga ikut berpengaruh terhadap pola konsumsi. Pengamatan terhadap pendidikan formal sangat berkaitan dengan prilaku seseorang. Secara umum dapat dikaitkan bahwa pendidikan akan membentuk keluasan pengetahuan seseorang dan selanjutnya akan sangat mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan, dalam hal ini adalah dalam konsumsi.

Selain pendapatan dan tingkat pendidikan, faktor lain yang juga ikut mempengaruhi pola konsumsi adalah jumlah tanggungan keluarga. Tanggungan tersebut berasal dari jumlah tanggungan yang terdapat dalam sebuah rumah dengan banyaknya orang yang tinggal dalam satu keluarga tersebut terdiri dari keluarga inti (suami, isteri, dan anak)

ditambah orang lain baik yang mempunyai pertalian keluarga maupun tidak dalam pemenuhan kebutuhannya yang ditanggung oleh keluarga tersebut.

METODE ANALISIS

Objek

Objek penelitian ini adalah di Desa Semedo Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas. Objek tersebut dipilih karena Desa Semedo adalah desa yang tergolong penghasil gula terbesar di Kecamatan Pekuncen tetapi kesejahteraan warganya belum merata.

Data

Data utama adalah data primer melalui kuesioner dan wawancara dengan para petani gula kelapa di Desa Sumedo tersebut. Informasi yang ingin diperoleh adalah pendapatan rumah tangga petani, pemasaran hasil usahatani, tingkat pendidikan kepala keluarga, jumlah tanggungan keluarga, pengeluaran konsumsi rumah tangga petani. Data pendukung diperoleh dari data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistika, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Monografi Desa Semedo, dan publikasi hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*, yaitu suatu metode pemilihan ukuran sampel di mana anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode untuk menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut (Iqbal, 2002):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

di mana n adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, dan e adalah persentase kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi, 1% - 10%.

Dari rumus diatas maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{544}{1+544(0,1)^2}$$ =84,47, dibulatkan jadi 85 sampel

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan antarvariabel seperti pendapatan (yang dipengaruhi oleh pemasaran hasil produksi pertanian), tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan keluarga, digunakan tabulasi silang yaitu sebuah penyusunan data ke dalam bentuk tabel (Singarimbun dan Efendi, 1987:247).

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pendapatan dari usahatani gula kelapa terhadap pendapatan rumah tangga petani gula kelapa digunakan rumus berikut ini.

$$\text{Pmp} = \frac{\text{YP}}{\text{Yk}} \times 100\%$$

di mana Pmp adalah sumbangan pendapatan usahatani gula kelapa terhadap pendapatan rumah tangga petani gula kelapa, YP adalah pendapatan petani dari usahatani gula kelapa, dan Yk adalah pendapatan rumah tangga petani gula kelapa.

Untuk mengetahui pola pemasaran yang paling menguntungkan bagi petani gula kelapa digunakan analisis margin pemasaran dan *farmer share*.

Marjin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

MP = Pr-Pf

di mana MP adalah margin pemasaran, Pr adalah harga tingkat pedagang, dan Pf adalah harga tingkat petani.

Farmer's share adalah bagian harga yang diterima oleh petani dalam suatu sistem pemasaran. Analisis ini membandingkan harga yang diterima oleh petani (produsen) dengan harga di tingkat pengecer atau konsumen akhir. Besarnya persentase *farmer's share* berbanding terbalik dengan margin pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka persentase *farmer's share*-nya semakin rendah. Secara umum, analisis *farmer's share* diformulasikan sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} x\ 100\%$$

di mana Fs adalah bagian harga yang diterima oleh petani (*Farmer's share*), Pf adalah farga ditingkat petani (produsen), dan Pr adalah harga di tingkat pedagang luar kota atau konsumen akhir

Kriteria pengujian :

a. Jika Margin Pemasaran > *Farmer's share*, maka dikatakan menguntungkan di sisi pedagang.
b. Jika *Farmer's share* > Margin Pemasaran, maka dikatakan menguntungkan di sisi petani.

Untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi dan apakah pendapatan yang diterima oleh petani cukup untuk memenuhi pengeluarannya digunakan analisis tabulasi. Alat ukur yang digunakan adalah APC *(Average Propensity to Consume)* yaitu seberapa persen dari pendapatan yang dibelanjakan untuk dikonsumsi (C sebagai % dari Y) dengan cara membandingkan besar pengeluaran konsumsi dan pendapatan (Gilarso, 1991:178). Ada 3 kriteria nilai APC yaitu:

a. Jika APC > 100% = C > Y
b. Jika APC = 100% = C = Y
c. Jika APC < 100% = C < Y

Untuk mengetahui dan mengukur tingkat kesejahteraan petani gula kelapa digunakan ukuran kemiskinan menurut menurut KHL Kabupaten Banyumas bulan Januari 2011 sebagai perbandingan.

Tabel 1. Pendapatan (Y) dan Konsumsi (C) Rumah Tangga Petani Gula Kelapa dalam Satu Bulan

No	Range Pendapatan	Y (rerata)	C (rerata)	Frekuensi	Persentase
1	< 500.000	407.873,00	465.808,00	5	5,88
2	500.000 – 1.000.000	783.078,47	770.552,60	48	56,47
3	1.001.000 – 1.500.000	1.239.298,60	1.206.424,10	24	28,23
4	> 1.500.000	2.399.501,47	1.721.290,37	8	9,41
	Total			**85**	**100,00**

Keterangan: Range pendapatan, Y, dan C dalam satuan rupiah

HASIL ANALISIS

1. Variabel Penentu Keputusan Konsumsi Rumah Tangga Petani

a. Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga terhadap Konsumsi Rumah Tangga Petani

Pada Tabel 1 dijelaskan bahwa petani yang memiliki pendapatan kurang dari Rp500.000,00 yaitu dengan pendapatan rata-rata sebesar Rp 407.873,00, dan rata-rata konsumsi sebesar Rp 465.808,00 dengan jumlah responden sebanyak 5 orang atau 5,88 persen. Meningkatnya pendapatan akan meningkatkan konsumsi rata-rata sehingga pendapatan rumah tangga memiliki hubungan positif terhadap pengeluaran konsumsi keluarga karena semakin tinggi pendapatan maka akan semakin tinggi pula konsumsi rata-rata petani.

b. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Konsumsi Rumah Tangga Petani

Konsep tingkat pendidikan dalam analisis ini adalah pendidikan tertinggi yang ditamatkan atau tahun yang dicapai dalam tiap-tiap jenjang pendidikan, dilihat dari tingkat pendidikan kepala keluarga.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan dan Konsumsi Rumah Tangga Petani Gula Kelapa dalam Satu Bulan

No	Pendidikan	C	n	%
1	SD	965.685,9	79	92,94
2	SMP	782.822,8	4	4,70
3	SMA	1.309.792,0	2	2,35
	Total		85	100,00

keterangan: C adalah konsumsi rata-rata rumah tangga (rupiah), n adalah banyak responden

Tingkat pendidikan petani tidak memilki hubungan terhadap konsumsi keluarga petani gula kelapa. Petani gula kelapa yang berpendidikan SD berjumlah 79 orang atau 92,94 persen memiliki konsumsi rata-rata sebesar Rp965.685,99. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditamatkan oleh kepala keluarga petani, maka tidak menjamin semakin meningkatkan pula konsumsi masyarakat petani. Hal ini karena ketidakmerataan pendidikan yang ada di Desa Semedo, mayoritas penduduk yang ada di Desa Semedo berpendidikan tamatan SD yaitu sebanyak 79, dan tamatan SMA sebanyak 2 orang dan sisanya adalah SMP. Tingkat pendidikan kepala keluarga yang mayoritas sama di Desa Semedo dan jumlah pendapatan yang berbeda-beda dari anggota keluarga, menggambarkan perbedaan dari masing-masing pendapatan rumah tangga petani gula kelapa.

c. Pengaruh Jumlah Tanggungan terhadap Konsumsi Rumah Tangga Petani

Tabel 3. Jumlah Tanggungan dan Konsumsi Rumah Tangga Petani Gula Kelapa dalam Satu Bulan

No	Jumlah Anggota Keluarga	C	n	%
1	< 3	762.717,20	9	10,58
2	3 – 6	993.404,68	74	87,05
3	> 6	831.833,00	2	2,35
	Total		85	100,00

keterangan: C adalah konsumsi rata-rata rumah tangga (rupiah), n adalah banyak responden

Bahwa jumlah tanggungan keluarga tidak memiliki hubungan terhadap konsumsi keluarga petani gula kelapa, di mana jumlah responden yang paling banyak yaitu sebanyak 74 orang atau 87,05 persen dengan jumlah anggota keluarga antara 3-6 orang, dan konsumsi rata-rata sebesar Rp762.717,20. Anggota keluarga di Desa Semedo sebagian besar tidak menetap dalam rumah tersebut, mereka bekerja di lapangan usaha lain diluar petani gula kelapa dan hanya mengirimkan dana untuk keluarga yang ada di Desa Semedo sehingga konsumsi keluarga petani gula kelapa di Desa Semedo mengalami pengurangan.

2. Kontribusi Pendapatan Usaha Tani terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani

Tabel 4. Kontribusi Pendapatan Responden terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Gula Kelapa dalam Satu Bulan

No	Y	Kontribusi (%)	n	%
1	2.267.884	< 50	19	22,35
2	1.259.321	≥ 50	66	77,64
	Total		85	100,00

keterangan: Y adalah pendapatan rata-rata responden dari usaha tani (rupiah), n adalah banyak responden

Bahwa ada hanya 19 orang (22,35 persen dari seluruh responden) kontribusi pendapatannya (usaha tani) kurang dari 50 persen terhadap pendapatan total rumah tangga, dengan rata-rata pendapatannya (usaha tani) Rp2.267.884,00. Dengan kata lain, 66 orang (77,64 persen dari seluruh responden) kontribusi pendapatannya dari usaha tani sama bahkan melebihi 50 persen dari pendapatan total rumah tangganya., dengan rata-rata pendapatannya (usaha tani) sebesar Rp1.259.321,00. Dengan demikian, hal ini berarti bahwa masyarakat di Desa Semedo sebagian besar menggantungkan pendapatan dari usahatani gula kelapa atau kontribusi dari usahatani di Desa Semedo bisa dikatakan besar.

3. Pola Pemasaran

Alur distribusi pemasaran gula kelapa di Desa Semedo dimulai dari petani kemudian tengkulak, pedagang pengumpul, dan pedagang luar kota. Dari 85 responden yang diteliti semua menjawab menjual gula kelapa mereka ke warung/tengkulak terdekat. Ada beberapa alasan yang membuat mereka sengaja menjual hasil produksi gula kelapa langsung ke tengkulak terdekat. Alasan umum karena lebih hemat tenaga dan waktu. Alasan lain karena sudah terikat secara financial, artinya para penderes ini mempunyai keterkaitan utang dengan tengkulak. Hal ini disebabkan minimnya pendapatan mereka sehingga mau tidak mau mereka harus berutang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan keperluan lain yang mendadak. Keadaan ini menjadikan mereka sulit untuk melepaskan diri dari tengkulak.

Secara umum terdapat 4 saluran pemasaran gula kelapa di Desa Semedo, yaitu:

- Pola I: Petani ke Tengkulak ke Pengumpul ke Pengumpul Besar ke Pedagang Luar Kota
- Pola II: Petani ke Tengkulak ke Pengumpul ke Pedagang Luar Kota
- Pola III: Petani ke Tengkulak ke Pengumpul Besar ke Pedagang Luar Kota
- Pola IV: Petani ke Tengkulak ke Pedagang Luar Kota

a. Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran dilakukan karena pemasaran gula kelapa di Desa Semedo membentuk rantai pelaku pemasaran. Masing-masing lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan berperan pada setiap posisi pemasaran. Margin pemasaran dan harga jual rata-rata pemasaran gula kelapa di Desa Semedo pada Pola I sampai dengan IV dapat terlihat pada Tabel 5.

Margin pemasaran juga memiliki keterkaitan dengan *Farmer's share*, *Farmer's share* adalah bagian harga yang diterima petani dalam suatu sistem pemasaran. Analisis ini dilakukan untuk membandingkan harga yang diterima oleh petani sebagai produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir sehingga dapat diketahui mengenai posisi petani dalam hal pembagian keuntungan (lihat Tabel 5).

Pada Tabel 5 diperoleh bahwa Pola I menunjukkan *farmer's share* sebesar 83,91 persen dengan margin pemasaran sebesar Rp1.046,00. Pada Pola II *farmer's share* sebesar 90,90 persen dengan margin pemasaran sebesar Rp546,00. Sementara itu, pada Pola III *farmer's share* sebesar 83,91 persen dengan margin pemasaran sebesar Rp 1046,00. Pada Pola IV *farmer's share* sebesar 89,41 persen dengan margin pemasaran sebesar Rp646,00. Semakin tinggi persentase *farmer's share* dari tiap-tiap pola pemasaran yang ada, maka semakin rendah nilai margin pemasarannya, atau dapat diketahui bahwa persentase *farmer's share* berbanding terbalik dengan nilai margin pemasarannya.

Perbandingan antara *farmer's share* dan margin pemasaran saluran yang menguntungkan petani dari Pola I sampai IV terjadi pada Pola II, diketahui bahwa *farmer's share* yang paling besar dan margin pemasaran yang paling kecil. Hal ini disebabkan perbedaan harga yang diterapkan antara masing-masing pedagang perantara, Pola II menunjukkan harga yang cukup stabil dan menguntungkan petani gula kelapa. Namun, untuk masing-masing pola yang ada dalam penelitian ini belum sampai ke konsumen akhir di mana jika ditelusuri dampai dengan konsumen akhir maka besarnya *farmer's share* akan berubah

Tabel 5. Kontribusi Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* pada Usaha Tani Gula Kelapa di Desa Sumedo dalam Satu Bulan

Share/Margin	**Pola I**	**Pola II**	**Pola III**	**Pola IV**
	(Rp/Kg)	**(Rp/Kg)**	**(Rp/Kg)**	**(Rp/Kg)**
Farmer's Share	83.91%	90.90%	83.91%	89.41%
Margin Pemasaran	1.046.00	546.00	1046.00	646.00

4. Pola Konsumsi

Untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi dan apakah pendapatan yang diterima oleh petani cukup untuk memenuhi pengeluarannya digunakan analisis adalah *Average Propensity to Consume* (APC), yaitu seberapa persen dari pendapatan yang dibelanjakan untuk konsumsi (C sebagai persentase proporsi dari Y) dengan cara membandingkan besarnya pengeluaran konsumsi dan pendapatan (Gilarso, 1991:178).

Dari Tabel 6 bisa diketahui bahwa sebagian besar pendapatan rumah tangga yang digunakan untuk konsumsi dalam satu bulan yang diukur dengan APC, maka diperoleh bahwa rata-rata APC untuk petani yang konsumsinya lebih tinggi dari pendapatan rumah tangga sebanyak 19 orang atau 22,35 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan yang mereka peroleh tidak memenuhi kebutuhan pola konsumsi. Pendapatan sebagian besar hanya berasal dari usahatani gula kelapa walaupun ada beberapa petani yang memanfaatkan pekarangan rumah mereka untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari namun kebutuhan tersebut belum mampu untuk mencukupi kebutuhan seluruh anggota keluarga.

Petani yang konsumsinya lebih rendah dari pendapatan rumah tangga sebanyak 66 orang atau 77,64 persen. APC responden sebagian besar kurang dari satu yang artinya pendapatan dapat memenuhi kebutuhan pola konsumsi dan hasil rata-rata persentase pendapatan yang digunakan untuk konsumsi rumah tangga dari seluruh responden adalah kurang dari 100 persen. Hal ini karena pembiayaan pengeluaran pola konsumsi yang diperoleh bukan hanya dari pendapatan gula kelapa saja, melainkan juga ditopang dari pendapatan di luar gula kelapa dan dibantu oleh anggota keluarga lain serta konsumsi tersebut ada yang berasal dari pekarangan yang dimiliki oleh petani gula kelapa di Desa Semedo.

5. Tingkat Kesejahteraan

Untuk mengetahui dan mengukur tingkat kesejahteraan petani gula kelapa digunakan ukuran kemiskinan menurut Prof. Sajogyo dengan menggunakan data Kabupaten Banyumas bulan Februari 2011 dan batas garis kemiskinan menurut KHL Kabupaten Banyumas bulan Januari 2011 sebagai perbandingan.

a) Ukuran Batas Garis Kemiskinan menurut Kebutuhan Hidup Layak (KHL)

Dari perbandingan antara pendapatan rumah tangga responden dengan ukuran Kebutuhan Hidup Layak (KHL) dengan asumsi Kebutuhan Hidup Layak Kabupaten Banyumas pada bulan Januari tahun 2011 sebesar Rp812.389,84 per orang per bulan. Dari Tabel 7 dapat diketahui bahwa sebanyak 81 orang atau 95,29 persen masih termasuk dalam kategori tidak sejahtera yang ditunjukkan dengan angka kesejahteraan kurang dari 1.

Tabel 6. Analisis *Average Propensity to Consume* (APC) pada Usaha Tani Gula Kelapa di Desa Sumedo dalam Satu Bulan

No	Y (Rp)	C (Rp)	APC (%)	n	%	Ket
1	761.512	1.109.886	> 100% = C > Y	19	22,35	Tinggi
2	- 1.692.973	- 923.519	= 100% = C = Y	-	-	Sedang
3			< 100% = C < Y	66	77,64	Rendah
	Jumlah			**85**	**100,00**	

Tabel 7. Tingkat Kesejahteraan Responden menurut KHL pada Usaha Tani Gula Kelapa di Desa Sumedo dalam Satu Bulan

No.	Y (Rp)	Y per Kapita (Rp)	Rata-rata KHL	n	%	Ket
1	4.048.554	1.428.213	1,76	4	4,70	Sejahtera (≥ 1)
2	1.358.158	357.471	0,44	81	95,29	Tidak Sejahtera (< 1)
Jumlah			**0,05**	**85**	**100,00**	

Rata-rata KHL yang paling kecil sebesar 0,12 sebanyak 1 responden. Hal itu disebabkan karena pendapatan per kapita yang lebih rendah dibandingkan KHL dan jumlah tanggungan yang besar tetapi pendapatan yang dihasilkan rendah. responden yang masuk dalam kategori sejahtera ditunjukkan dengan angka kesejahteraan lebih dari sama dengan 1 hanya 4 orang atau 4,70 persen dan rata-rata KHL yang paling besar sebesar 2,18 sebanyak 1 responden. Rata-rata angka KHL dari keseluruhan responden adalah 0,50 artinya bahwa masih banyak responden dalam kategori tidak sejahtera.

KESIMPULAN

1. Variabel yang berpengaruh positif terhadap pola konsumsi adalah pendapatan dan tingkat pendidikan sedangkan yang berpengaruh negatif terhadap pola konsumsi adalah pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga, serta jumlah tanggungan keluarga dan tingkat pendidikan.
2. Kontribusi pendapatan dari usahatani gula kelapa terhadap pendapatan rumah tangga adalah besar karena kontribusinya lebih dari 50 persen. Dengan rata-rata besarnya sumbangan pendapatan petani dari usahatani gula kelapa terhadap pendapatan rumah tangga adalah 77,64 persen.
3. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini pola pemasaran yang memiliki margin pemasaran terkecil dan *farmer's share* terbesar terdapat pada pola II yaitu : Petani Tengkulak Pengumpul Pedagang Luar Kota. Diketahui bahwa pola pemasaran tersebut memiliki margin pemasaran terkecil 546,00 (Rp/Kg) dan persentase *farmer's share* terbesar dibandingkan dengan pola pemasaran lainnya yaitu 90,90 persen artinya semakin tinggi nilai persentase *farmer's share,* maka suatu sistem pemasaran dianggap semakin menguntungkan petani.
4. Melalui ukuran APC diperoleh bahwa rata-rata APC untuk petani yang konsumsinya rendah dari pendapatan rumah tangga yaitu sebanyak 66 orang atau 77,64 persen. Artinya, pendapatan dapat memenuhi kebutuhan pola konsumsi rumah tangga petani gula kelapa.
5. Kesejahteraan dilihat dari batasan garis kemiskinan Kebutuhan Hidup Layak (KHL), dapat diketahui bahwa masih banyak keluarga petani gula kelapa di Desa Semedo Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas masih dalam kondisi tidak sejahtera, yaitu sebanyak 81 orang.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2010. *Nilai Tukar Petani Kabupaten Banyumas 2009*. Banyumas.

Badan Pusat Statistik. 2010. *PDRB Tahun 2009*. Banyumas.

Bruce D. Meyer and James X. Sullivan. 2010. *Measuring the Well-Being of the Poor Using Income and Consumption*. The Journal of Human Resources, Vol. 38, Special Issue on Income Volatility andImplications for Food Assistance Programs (2003), pp. 1180-1220Published.

University of Wisconsin Press. Diakses pada 17 November 2010.

Cramer, Gail.L, dkk. 1997. *Agricultural Economics And Agribusiness*. *7 th edition*. John Wiley & Sons, Inc. United States of America.

Darmawan Raharjo. 1984. *Transformasi Pertanian, Industrialisasi, dan Kesempatan Kerja*. UI Press. Jakarta.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Banyumas. 2011. *Laporan Pemantauan Harga Eceran Rata-Rata Kebutuhan Pokok Masyarakat di Kabupaten Banyumas*. Banyumas.

Dinas Sosial Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Banyumas. 2011. *Rekap Komponen Kebutuhan Hidup Layak Untuk Pekerja Lajang dalam Sebulan dengan 3.000 K Kalori Per Hari*. Banyumas.

Gilarso. 1991. *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro*. Kanisius. Yogyakarta.

Hanafiah, dan A.M. Saefudin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan.* Universitas Indonesia. Jakarta.

Hening Trihastuti Mahanani. 2011. *Analisis Pendapatan dan Pola konsumsi Keluarga Petani Padi di Desa Toyareka Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga. Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.

Lincolin Arsyad. 1999. *Ekonomi Pembangunan*, Edisi Keempat. Bagian penerbitan STIE YKP. Yogyakarta.

Maria Widyarini. 2007. *Petani Indonesia di Negara Agraris, Jurnal Administrasi* bisnis, Vol.3, No.1.

M. Hasan Iqbal. 2002. Pokok-Pokok Materi Metodelogi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.

M. Suparmoko. 1998. *Pengantar Ekonomika Makro*. BPFE. Yogyakarta.

M. Suparmoko. 1999. *Metode Penelitian Praktis*. BPFE. Yogyakarta.

Mulyadi S. 2003. *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan.* Edisi Revisi. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sadono Sukirno. 2002. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Bina Grafika. Jakarta.

Singarimbun, M., dan Sofian, Efendi. 1989. *Metode Penelitian Survai*. LP3ES. Jakarta.

THE ROLE OF FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE DEVELOPMENT OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs)

Rini Dwiyani Hadiwidjaja [1)], Andy Mulyana [2)]
E-mail: rini@ut.ac.id & mulyana@ut.ac.id
[1)] Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

ABSTRACT

Globalization has a positive effect on climate in particular domestic industries for domestic businesses to innovate and compete in a healthy international trade. Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of domestic businesses that have recently become the focus and attention of the government because of potential national economic growth. Evidenced by the SMEs during the economic crisis are able to adjust and survive in the business. Until year of 2010, SME sector to absorb labor 77.68 million or 96.77% of the total labor force that works. This has prompted the government launched a package of economic policy that focuses on four issues, namely providing services and facilities for SMEs, SME restructuring, open access to specialized banking services for SMEs and fostering human resources. Along with the development of SMEs, capital and financial problems became the haunting, weak capital structure and difficulty getting loans from credit institutions particularly banks become major problems of SMEs. Government, financial institutions and the banking sector has been struggling to provide funds professionally in microfinance, but not significantly viable SME capital or obtain credit from financial institutions. The facts on the ground nearly 99% of SMEs in Indonesia are not eligible bankable. It is a challenge for governments, banks and financial institutions in the sustainability of SMEs and one of the economic recovery in the real sector. The role of the banking sector and financial institutions have been realized in a variety of programs and policies to promote SMEs. Bank Indonesia plays an active role in the policy of bank credit, technical assistance, research and the provision of information systems for SMEs. Bank Indonesia (BI) and the government as a consultant, promoter and facilitator for empowerment of SMEs.

Keynote: *Financial Institutions, Microfinance and SMEs*

ABSTRAK

Globalisasi memberi pengaruh positif bagi iklim industri dalam negeri khususnya bagi para pelaku usaha domestik untuk berinovasi dan bersaing sehat dalam perdagangan internasional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pelaku usaha domestik yang akhir-akhir ini menjadi fokus perhatian pemerintah karena berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Terbukti dengan UMKM pada saat krisis ekonomi mampu melakukan penyesuaian dan bertahan dalam usahanya. Sampai dengan tahun 2010 UMKM

mampu menyerap tenaga kerja 87,91 juta tenaga kerja atau 99,40% dari total angkatan kerja. Hal inilah yang mendorong pemerintah meluncurkan empat paket kebijakan ekonomi, yaitu memberikan pelayanan dan kemudahan, restrukturisasi, membuka akses pelayanan perbankan bagi UMKM dan pembinaan sumberdaya manusia. Permasalahan permodalan dan pembiayaan yang sering timbul, kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga perkreditan khususnya perbankan menjadi permasalahan utama UKM. Pemerintah, lembaga keuangan dan sektor perbankan sudah berusaha menyediakan dana secara profesional dalam pembiayaan mikro (*microfinance*), namun belum secara nyata UMKM tersebut layak memperoleh modal atau kredit dari lembaga keuangan tersebut. Fakta dilapangan menunjukkan hampir 99% UMKM di Indonesia tidak memenuhi syarat *bankable*. Hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah, sektor perbankan dan lembaga keuangan dalam keberlangsungan UMKM dan salah satu proses pemulihan ekonomi pada sektor riil. Peran sektor perbankan telah diwujudkan dalam berbagai program dan kebijakan untuk mendorong UMKM. Bank Indonesia berperan aktif dalam kebijakan kredit perbankan, bantuan teknis, penelitian dan penyediaan sistem informasi bagi UMKM. Bank Indonesia bersama pemerintah sebagai konsultan, promotor dan fasilitator bagi pemberdayaan UMKM.

Kata Kunci *: Lembaga Keuangan, Pembiayaan Mikro dan UMKM*

I. PENDAHULUAN

Globalisasi memberi pengaruh positif bagi iklim industri dalam negeri khususnya bagi para pelaku usaha domestik untuk berinovasi dan bersaing sehat dalam perdagangan internasional. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan sudah semestinya menyambut baik pengaruh positif ini untuk lebih menciptakan kondisi yang kondusif bagi dunia usaha, baik berskala besar maupun kecil. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai pelaku usaha yang kecenderungan sebagian orang pesimis akan kemampuannya ternyata memiliki andil dalam pembangunan ekonomi. UMKM pada saat krisis ekonomi mampu melakukan penyesuaian dan bertahan (*survive*) ketika banyak perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan dan melakukan PHK dalam jumlah besar. UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis, hal ini didukung oleh data empiris berikut ini.

PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) TAHUN 2006 - 2010

No	Indikator	Tahun 2006		Tahun 2010		PERKEMBANGAN TAHUN 2006 - 2010	
		Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)
1	Unit Usaha	49.021.803	99,99	53.823.732	99,99	4.801.929	9,8%
2	Tenaga Kerja	87.909.598	97,30	99.401.775	97,22	11.492.178	13,07%

3	PDB	1.783.423.814	56,23	3.466.393.314	57,12	1.682.969,5	94,37%

Sumber : www.depkop.go.id

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa jumlah UMKM selama 5 tahun terakhir yaitu tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 9,8% dan peningkatan penyerapan tenaga kerja sebesar 11,49 juta atau 13,97% dari total tenaga kerja serta peningkatan kontribusi UMKM yang cukup signifikan dalam pembentukan PDB yaitu sebesar 94,37% dari total PDB. Potensi UMKM yang signifikan dalam perekonomian Indonesia ini mendapat dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, lembaga keuangan dan perbankan maupun masyarakat luas lainnya. Artinya pemberdayaan dan pengembangan UMKM sudah menjadi fokus pemerintah sejak krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia, khususnya lembaga keuangan dan perbankan. Lembaga keuangan dan perbankan telah berupaya melakukan berbagai program yang terkait dengan pengembangan UMKM, namun demikian UMKM masih juga belum dapat berkembang. Perkembangan UMKM masih jauh dari harapan dan memerlukan kebijakan yang lebih kondusif, koordinatif dan integrated (Setyobudi, 2007).

Permasalahan Pengembangan UMKM

Kategori permasalahan UMKM menurut Setyobudi (2007) dibedakan menjadi tiga *problems* yaitu ***basic problems*** berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum, SDM, pengembangan produk dan akses pemasaran, kemudian ***advanced problems*** yang terdiri dari pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di negara tujuan ekspor. Permasalahan ketiga, ***intermediate problems*** yaitu permasalahan antara masalah dasar dengan masalah lanjutan, artinya permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi permasalahan lanjutan secara lebih baik.

Sri Winarni (2006) mengidentifikasikan secara umum permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu kurangnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha ketat, kesulitan bahan baku, kurangnya teknis produksi dan keahlian, keterampilan manajerial kurang, kurang pengetahuan manajemen keuangan dan iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundang-undangan).

Sementara itu hasil survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia tentang profil UMKM dalam Setyobudi (2007), menyimpulkan bahwa permasalahan ataupun kendala UMKM dapat dilihat dari perspektif UMKM itu sendiri dan perspektif perbankan. Perspektif UMKM menyatakan bahwa dalam 4 hal yang menyebakan kinerja UMKM masih rendah, yaitu

kemudahan UMKM dalam memperoleh izin, kemampuan UMKM untuk mengelola keuangan, ketepatan waktu dan jumlah perolehan kredit dan tenaga kerja yang terampil. Sedangkan apabila dilhat dari perspektif perbankan, hal-hal dalam UMKM yang masih berkinerja rendah, yaitu kemampuan pengelolaan keuangan, kapabilitas pemasaran, keterampilan tenaga kerja dan kontrol kualitas dalam produksi. Beck (2006) mengemukakan bahwa permasalahan dalam usaha kecil menengah itu adalah keuangan "*access to finance is an important growth constraint for SMEs, that financial and legal institutions play an important role in relaxing this constraint*". Aspek pembiayaan merupakan kendala penting bagi pekembangan UMKM, bahwa peran lembaga-lembaga keuangan dan hukum adalah sangat penting dalam menghadapai kendala ini.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu dirumuskan bahwa permasalahan yang sering muncul dan menjadi permasalahan utama dalam pengembangan UMKM adalah aspek permodalan atau pembiayaaan. Menurut Syarif (2009) akar permasalahan yang masih menajdi kendala bagi UMKM adalah kesulitan untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga perkreditan formal terutama perbankan. Oleh sebab itu tujuan penulisan makalah ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran serta lembaga keuangan khususnya perbankan melalui kebijakan kreditnya yang mendukung pengembangan UMKM di Indonesia.

Peran Lembaga Keuangan dan Perbankan

Untuk mengatasi permasalahan permodalan dan pembiayaan ini sudah banyak program perkreditan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan khususnya perbankan, diantaranya (1) Kredit Usaha Kecil (KUK) yang dilakukan oleh bank-bank komersial, pada program ini setiap UMKM bias mengajukan kredit dan dianggap layak, selama aset mereka tidak melebih batas program. (2) Kredit Modal Kerja Permanent (KMKP) dan Kredit Investasi Kecil (KIK) yang dimotori oleh Bank Indonesia sebagai upaya bank sentral, (3) Sistem Unit Desa yang dilaksanakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang mendanai UMKM yang memiliki skala aktivitas lebih kecil daripada yang diberikan oleh KUK. Dari beberapa program yang telah dilakukan ini, dengan segala usaha dan keterbatasannya, ternyata tidak memberikan implikasi sesuai dengan harapan (Setyari, 2007).

Bank Indonesia (BI) sebagai bank sentral telah berupaya untuk pemberdayaan UMKM melalui empat pilar kebijakan dan strategi, yaitu kebijakan kredit perbankan, pemberian bantuan teknis kepada UMKM, penelitian mengenai pola pembiayaan kepada UMKM, dan penyediaan sistem informasi usaha kecil dan pemberian bantuan teknis (Setyari, 2007). Sesuai dengan UU Nomor 3 Tahun 2004, bahwa BI bukan berperan sebagai *financing agent*, BI masih tetap berperan aktif sebagai konsultan, promotor dan fasilitator bagi pemberdayaan UMKM. Oleh karena itu, tugas

pengelolaan kredit program dialihkan kepada tiga BUMN yang ditunjuk oleh pemerintah yaitu PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai koordinator penyaluran skim KUT, Kkop, KKPA-TR); PT Bank Tabungan Negara (BTN sebagai koordinator penyaluran skim KPRS dan KPRSS); serta PT Permodalan Nasional Madani.

II. KONDISI PERKREDITAN BAGI UMKM

Krisis ekonomi yang terjadi telah menyebabkan peningkatkan suku bunga, penutupan beberapa bank, dan merger didalam sistem perbankan. Hal itulah yang memberikan dampak negatif terhadap akses UMKM ke lembaga kredit formal. Sektor perbankan dalam menyalurkan kreditnya setelah periode krisis kemarin lebih berhati-hati, disebabkan karena perbankan masih selektif dalam penyaluran kreditnya. Apalagi diramalkan pada tahun-tahun kedepan tingkat risiko yang akan dihadapi sektor riil akan semakin meningkat.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala bagi UMKM untuk mendapatkan kredit program antara lain untuk. (1) Tujuan pendekatan dan pola pembayaran (2) Distribusi secara sektoral dan regional (3) Ketepatan sasaran penyaluran dana (4) unsur-unsur lain yang tidak terkait dengan kepentingan pemberdayaan. (Syarif, 2009).

Pengelolaan kredit oleh sektor perbankan masih belum sepenuhnya memberi keuntungan bagi UMKM, ada beberapa kondisi perkreditan yang kurang menguntungkan bagi UMKM, yaitu dalam hal suku bunga, *risk premium* dan rata-rata margin. Berdasarkan perhitungan suku bunga oleh bank umum, diketahui bahwa semakin tinggi skala usaha, maka *risk premium* kredit akan semakin kecil. *Risk premium* untuk masing-masing skala usaha yaitu.

– *Risk premium* untuk kredit usaha mikro sebesar 3,1%
– *Risk premium* untuk kredit usaha kecil sebesar 2,6%
– *Risk premium* untuk kredit usaha menengah sebesar 1,8%

Sedangkan apabila dilihat dari sisi margin perlakuannya secara rata-rata bank umum menyatakan semakin tinggi skala usaha maka margin yang diperoleh semakin kecil, yaitu.

– Rata-rata margin untuk kredit usaha mikro sebesar 5,9%
– Rata-rata margin untuk kredit usaha kecil sebesar 4,7%
– Rata-rata margin untuk kredit usaha menengah sebesar 4%

Apabila besarnya *risk premium* dibandingkan dengan *default risk* dari kredit akan kontradiktif. Rata-rata *default risk* kredit yang diberikan oleh bank umum relatif kecil, yaitu.

– *Default risk* kredit mikro sebesar 0,77%
– *Default risk* kredit kecil dengan plafon sampai dengan Rp100 juta sebesar 0,67%
– *Default risk* kredit kecil dengan plafon antara Rp100 juta sampai dengan Rp500 juta sebesar 0,65%

Berdasarkan hasil penelitian Biro Kredit Bank Indonesia tahun 2005, diketahui bahwa sebagian besar bank

umum berpendapat bahwa potensi pembiayaan kepada usaha kecil cukup besar dan menguntungkan. Perkembangan kredit UMKM yang bersumber dari kredit bank telah mencapai 462,12 trilyun atau 52,5% kredit perbankan dengan komposisi sebagai berikut.

1) Usaha Mikro sebesar Rp186, 52 trilyun
2) Usaha Kecil sebesar Rp131,95 trilyun atau 28,6%
3) Usaha Menengah Besar Rp143,69 trilyun atau 31,1%

Hal ini menunjukkan bahwa penyediaan kredit perbankan bagi UMKM selama ini sudah cukup besar, lebih dari sebagian alokasi kredit sektor perbankan. Diharapkan sektor perbankan pada masa mendatang mampu lebih memberdayakan dan menggali potensi UMKM serta bagi kemajuan UMKM. Strategi-strategi yang lebih inovatif sebaiknya diterapkan sektor perbankan.

III. UPAYA PERBANKAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM

Kebijakan Kredit

Sektor perbankan melalui kebijakan BI untuk kesuksesan rencana penyaluran kredit UMKM, mensyaratkan bahwa dari seluruh portofolio pinjaman yang dimiliki bank, minimal 20 persen dari portofolio kreditnya harus merupakan kredit kepada sektor UMKM. Namun kemudian diatur kembali dalam Peraturan Bank Indonesia No. 3/2/PBI/2001 tentang Pemberian Kredit Usaha Kecil, dijelaskan bahwa yang membahas rencana bisnis bank umum dalam menyalurkan kredit UMKM. BI tidak mewajibkan namun menganjurkan kepada bank untuk menyalurkan KUK sesuai kebutuhannya. Selain itu BI mendorong peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebagai *executing agent* atau *channelling agent* dalam program kerjasama antara bank umum dengan BPR yang memiliki sumber daya manusia yang lebih terlatih dalam membina (Setyari, 2007). BPR merupakan lembaga keuangan mikro yang memiliki peran strategis dalam memberikan pelayanan jasa keuangan kepada UMKM, karena posisi strategis yang dekat dengan masyarakat, prosedur pelayanan kepada nasabah yang lebih sederhanan serta lebih mengutamakan pendekatan personal serta fleksibilitas pola dan model pinjaman. Kebijakan inilah sebagai salah satu pendorong meningkatnya jumlah unit UMKM di Indonesia.

Beberapa upaya lain yang dilakukan BI dalam pengembangan UMKM menurut Setyobudi (2007) adalah.

a) melakukan pelatihan-pelatihan kepada lembaga pendamping UMKM dalam rangka meningkatkan kemampuan kredit UMKM. Lembaga pendamping UMKM ini disebut sebagai Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) yang sampai saat ini telah terbentuk 26 Satgas Pemberdayaan KKMB di 22 provinsi dengan melibatkan Badan Musyawarah Perbankan Daerah (BMPD) setempat, KPK dan Pemda terkait (Setyari, 2007). Pada akhirnya bermunculan KKMB di Surabaya yang telah didirikan PEAC BROMO

(*Promoting Enterprise Access to Credit*) pada Februari 2004 yang berperan sebagai jembatan penghubung antar UKM dengan lembaga keuangan yang ada di Jawa Timur. Sedangkan di Jawa Barat telah didirikan Pusat Pembinaan Lembaga Jasa Pengembangan Usaha (*Service Provider Management Center*) yang menyediakan pendampingan dan konsultasi bagi UMKM.

b) pendirian pusat pengembangan UKM (P3UKM) yaitu melakukan pelatihan dan akreditasi pendamping UKM. Berdasarkan hasil penelitian Setyari (2007) menyatakan bahwa P3UKM telah memainkan fungsi danperannya dengan baik yang ditunjukkan dari 21 pendamping UKM sudah terakreditasi dan 10 bank telah yang menggunakan layanan jasa para pendamping UKM yang telah diakreditasi. Jumlah penyaluran kredit perbankan yang menggunakan fasilitas pendamping UKM telah mencapai sekitar Rp. 24 milyar, sedangkan proposal kredit yang telah diajukan dan menunggu persetujuan dari bank telah mencapai lebih dari Rp. 27 miliar.

c) Pengembangan sistem informasi Terpadu Pengembangan Usaha Kecil (SIPUK) sebagai sarana untuk lebih menyebarluaskan secara cepat hasil-hasil penelitian dan berbagai informasi lainnya. SIPUK dapat dikunjungi di website Bank Indonesia (http://www.bi.go.id/) yang di-*launching* tanggal 14 Februari 2002. Tujuan kegiatan ini adalah Pemberian Bantuan Teknis dalam Pengembangan UMKM yang diharapkan dapat digunakan sebaga tambahan wawasan bagi kalangan perbankan dan UMKM dalam penyaluran kredit UMKM secara lebih luas sesuai dengan PBI No. 5/18/PBI/2003.

d) Bank Indonesia juga mendorong pembentukan UKM Center di bank-bank umum untuk melayani kebutuhan nasabah UMKM.

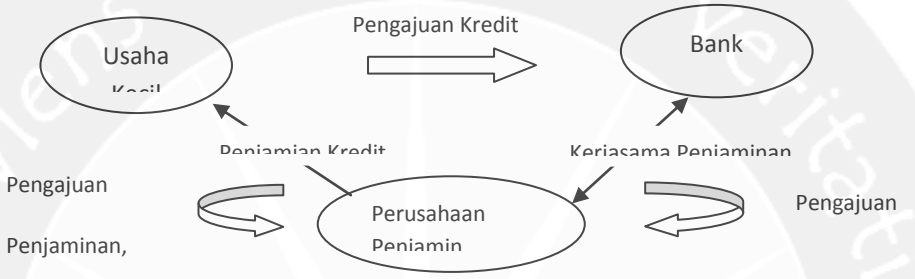
Keberhasilan upaya-upaya dan pendekatan ini dapat ditunjukkan melalui meningkatnya jumlah UMKM yang *bankable* dan memperoleh kredit dari bank dan kemampuan KKMB beroperasi secara bisnis sehingga dapat membiayai diri sendiri.

Dengan begitu banyaknya program dan strategi yang dilakukan oleh BI dan Pemerintah, namun hasil yang dicapai sampai saat ini "cukup baik" bahwa pemerintah sudah berusaha untuk mengembangkan UMKM dan mendatangkan hasil yang cukup menggembirakan dengan indikasi pada meningkatnya pertumbuhan penyaluran kredit kepada UMKM.

IV. ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM

Startegi dan pendekatan yang bisa dijadikan sebagai alternatif tambahan untuk pengembangan UMKM, yaitu program pendampingan terhadap UMKM agar tidak hanya terfokus pada kuantitas produksi tetapi lebih pada pasar yang akan dituju. Penggunaan teknologi baru yang memberikan peningkatan dan inovasi produk baru tetap tidak dapat diserap oleh pasar melalui *channe*l yang telah ada serta pemberian proteksi kepada UMKM untuk masuk pasar (Setyari, 2007).

Strategi dalam mengatasi permasalahan perkreditan UMKM adalah dengan skema perjaminan kredit usaha kecil. Bank dan perusahaan penjamin membuat suatu perjanjian kerjasama penjaminan kredit. Skema ini memberi keuntungan bagi UMKM yang membutuhkan tambahan modal dari perbankan, UMKM mengajukan penjaminan kepada perusahaan penjamin dan kemudian mengajukan kredit kepada bank. Apabila hasil analisis kelayakan usaha dinyatakan layak (feasible) oleh perusahaan penjamin namun tidak layak dari sudut perbankan karena dianggap ketidakcukupan agunan (tidak *bankable*), maka bank mengajukan penjaminan kepada perusahaan penjamin.



Gambar Skema Penjaminan Kredit Usaha Kecil

Sumber : Winarni (2006)

Keuntungan dengan adanya penjaminan kredit, adalah.

1. Pengajuan kredit oleh UMKM yang sebelumnya tidak memenuhi persyaratan perbankan menjadi bankale, sehingga UMKM dapat mengembangkan usahanya
2. Risiko bank menjadi berkurang, karena sebagian telah dialihkan menjadi risiko Perusahaan penjamin.
3. Dengan terpenuhinya kecukupan aguann dan berkurangnya risiko, maka kemungkinan terjadi penolakan proposal pinjaman menjadi kecil atau minimal.
4. Perusahaan Penjamin juga melakukan kelayakan dan pengendalian atas kredit yang dijamin, sehingga diharapkan dapat meminimalisasi risiko.
5. Dengan berkurangnya risiko tersebut, maka seharusnya risk premium yang ditetapkan menjadi salah satu komponen dalam perhitungan lending rate dapat diturukan sehingga lending rate menjadi lebih rendah
6. Perusahaan Penjamin adakn mendapatkan fee penjaminan.

Namun demikian, keterbatasan dalam program penjaminan kredit tetap ada diantaranya keterbatasan jumlah perusahaan yang bergerak dibidang penjaminan kredit di Indonesia, belum ada undang-undang yang mengatur Perusahaan Penjaminan, jaringan pelayanan perusahaan penjamin masih relative terbatas, BI belum mengakui penjaminan dan Perusahaan Penjamin sebagai pengurang bobot risiko dalam perhitungan Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR).

Winarni (2006) menyimpulkan bahwa dengan adanya penjaminan

kredit dari Perusahaan Penjamin Kredit, maka usaha kecil yang sebelumnya tidak memenuhi persyaratan perbankan menjadi *bankable*, risiko Bank menjadi berkurang sehingga diharapkan lending rate untuk usaha kecil dapat diturunkan.

V. PENUTUP

UMKM memilki peran dominan dibandingkan usaha lainnya, selain mampu menyerap tenaga kerja UMKM juga sebagai indikator pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagian besar berpendapat bahwa permasalahn utama dalam UMKM yaitu permodalan dan pembiayaan, sehingga peran lembaga keuangan khususnya sektor perbankan menjadi hal yang utama.

Kebijakan kredit dari sektor perbankan masih menjadi sorotan pemerintah. Pengelolaan kredit oleh sektor perbankan masih belum sepenuhnya memberi keuntungan bagi UMKM, ada beberapa kondisi perkreditan yang kurang menguntungkan bagi UMKM, yaitu dalam hal suku bunga, *risk premium* dan rata-rata margin. Sektor perbankan dalam menyalurkan kreditnya setelah periode krisis kemarin lebih berhati-hati, disebabkan karena perbankan masih selektif dalam penyaluran kreditnya.

Bank Indonesia (BI) sebagai bank sentral telah berupaya untuk pemberdayaan UMKM melalui empat pilar kebijakan dan strategi, yaitu kebijakan kredit perbankan, pemberian bantuan teknis kepada UMKM, penelitian mengenai pola pembiayaan kepada UMKM, dan penyediaan sistem informasi usaha kecil dan pemberian bantuan teknis.

Skema penjaminan kredit dari Perusahaan Penjamin Kredit menjadi alternatif penyelesaian kredit untuk usaha kecil, usaha kecil yang sebelumnya tidak memenuhi persyaratan perbankan menjadi *bankable*, risiko Bank menjadi berkurang sehingga diharapkan lending rate untuk usaha kecil dapat diturunkan.

Daftar Pustaka

Beck, Thorsten, Asli Demirguc-Kunt. 2006. Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint. Journal of Banking and Finance.

Winarni, Endang Sri. 2006. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*. Diunduh pada tanggal 23 Oktober 2012.

Ni Putu Wiwin Setyari. 2007. *Dinamika Pengembangan UMKM di Indonesia*. Diunduh dari ejournl.unud.ac.id/abstrak/dinamika pengembangan umkm.pdf. Tanggal 23 Oktober 2012.

Setyobudi, Andang. 2007. Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan. Volume 5, Nomor 2, Halaman 29-35, Agustus 2007*.

Sulaeman, Suhendar. 2004. *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dalam menghadapi Pasar Regional dan Global*. Infokop Nomor 25 Tahun XX. Diunduh tanggal 23 Oktober 2012.

Syarief, Teuku dan Etty Budhiningsih. 2009. Kajian

Kontribusi Kredit Bantuan Perkuatan Dalam Mendukung Permodalan UMKM**.** *Jurnal Volume 4 – Agustus 2009: 62-87.*

THE SYNERGISTIC MODEL OF QUALITY SERVICE DESIGN OF GREEN OPEN SPACE ASSET THROUGH QFD

Dr. A Gima Sugiama, SE.,MP.[1)]

E-mail : gimasugiama@yahoo.com
[1)]Staf Pengajar Program Studi Manajemen Aset
Politeknik Negeri Bandung (Polban)

ABSTRACT

The purpose of this paper is to present the expect of public to characteristics of open green space public asset service design, and the effort of providers appropriate public expectations. The study was applied quantitative approach and descriptive method. The case was taken Green Open Space in Bandung City. The model applied is the Quality Function Deployment (QFD). The characteristics of public expectation traced through Focus Group Discussion and questionnaires. The findings show that the public expect City-open green space becomes the identity of the city, the natural environment is maintained, freshen the air, reducing the pool of water, limited plant production, supporting the improvement of the climate, contribute to waste management, water conservation, enhance the environment, support birds habitat, reduce public stress, and increase tourism industry. While the providers effort have to design the minimum standard of City-open green space, preserve green space, the trees that limited produce, reduce heat, beautiful trees, the trees that can be birds inhabited, green space comfortable and safe for public.

Key words: *public asset, City-open green space, public expect*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengungkap karakteristik desain layanan aset publik Ruang Terbuka Hijau (RTH) Kota yang diharapkan publik, dan upaya penyedia RTH-Kota sesuai harapan publik. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Kasus yang diambil adalah RTH-Kota Bandung. Model yang diaplikasikan adalah *Quality Function Deployment* (QFD). Identifikasi karakteristik harapan publik ditelusuri melalui *Focus Group Discussion* dan penyebaran kuesioner. Hasil menunjukkan, publik berharap RTH-Kota menjadi identitas kota, lingkungan alami tetap terjaga, menyegarkan udara, mengurangi genangan air, produksi tumbuhan terbatas, mendukung perbaikan iklim, berkontribusi bagi pengelolaan sampah, pelestarian air, menampis cahaya silau, meningkatkan keindahan lingkungan, mendukung habitat burung, mengurangi *stress*, dan meningkatkan pariwisata. Adapun penyedia RTH-Kota perlu memenuhi standar minimum, memelihara RTH tetap terjaga, menanam pepohonan penyerap air, pohon yang memproduksi terbatas, pepohonan rindang penangkal silau dan panas, pohon yang indah dipandang, pepohonan dapat dihuni burung, RTH yang nyaman dan aman.

Kata Kunci: Aset publik, RTH-Kota, harapan publik

PENDAHULUAN

Pengelolaan aset secara fisik dan fungsionalnya menjadi tuntutan mendasar bagi setiap organisasi jasa, baik organisasi yang mengelola bisnis jasa maupun organisasi pelayanan publik yang dijalankan pemerintah. Penanganan seluruh fasilitas fisik sesungguhnya bukanlah sebuah konsep baru baik di negara-negara maju seperti di Amerika Serikat, Jepang atau di berbagai negara maju lainnya di Eropa. Urgensitas manajemen fasilitas (*facility management*) perlu dielaborasi karena seringkali terjadi konflik kepentingan antara pemenuhan harapan pengguna dengan kepentingan dan keterbatasan pihak penyedia (Pheng, 1996:5).

Manajemen fasilitas perlu memenuhi kinerja secara fisik dan fungsional sesuai dengan rencana. Banyak faktor yang memengaruhi keberhasilan pencapaian kinerja fasilitas. Seorang manajer fasilitas bertanggung jawab terhadap seluruh area kerja mendasar dalam manajemen fasilitas (Pheng, 1996:6). Organisasi yang dapat mengelola fasilitas dengan tepat dapat meraih manfaat yang luar biasa (*tremendous benefit*) bagi berbagai pihak. Manfaat utama adalah bagi pelanggan dan penyedia layanan dimaksud. Manajemen fasilitas juga dapat diartikan sebagai upaya memelihara lingkungan di sekitarnya (Ratcliffe dalam Peng, 1996:12). Sebuah manajemen fasilitas yang baik dapat menekan serendah mungkin biaya operasi atas seluruh fasilitas yang digunakan dan dimanfaatkan (Williams, 1996:12). Beragam fasilitas yang perlu dibangun dan salah satunya adalah Ruang Terbuka Hijau Kota (RTH-Kota).

RTH-Kota adalah bagian dari ruang-ruang terbuka suatu wilayah perkotaan (*urban spaces*) yang diisi oleh vegetasi guna mendukung manfaat langsung dan/atau tidak langsung yang dihasilkan RTH dalam kota tersebut yaitu keamanan, kenyamanan, kesejahteraan, dan keindahan wilayah perkotaan tersebut. RTH-Kota adalah ruang terbuka hijau di dalam kota yang pemanfaatannya bersifat pengisian hijau tanaman atau tumbuh-tumbuhan secara alamiah atau budidaya tanaman oleh manusia seperti: jalur hijau, pertamanan, lahan pertanian, hutan kota. RTH dapat terdiri dari jalur hijau dan biru yang saling terintegrasi. Jalur biru dapat berupa aliran sungai ataupun drainase lainnya. Penataan ruang terbuka hijau secara tepat akan mampu berperan meningkatkan kualitas atmosfer kota, penyegaran udara, menurunkan suhu kota, menyapu debu permukaan kota, menurunkan kadar polusi udara, dan meredam kebisingan.

Salah satu penyediaan RTH-Kota adalah RTH-Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung telah menyediakan fasilitas publik di antaranya penyediaan aset berupa RTH-Kota. Penyediaan aset publik ini diharapkan dapat mencapai tujuan dan manfaat. Fungsi sebuah RTH-Kota memiliki fungsi intrinsik dan ekstrinsik sebagaimana RTH-Kota pada umumnya. Saat ini Kota Bandung baru memiliki sekitar 1.700 hektar RTH. Sedangkan idealnya RTH untuk kota yang memiliki luas 16.729,65 hektar sekitar 6.000 hektar. Menurut data dari Badan

Pengendalian Lingkungan Hidup 2007 menunjukkan, ruang terbuka hijau di Kota Bandung kini tersisa hanya 8,76 persen. Padahal idealnya sebuah kota harus memiliki RTH seluas 30% dari total luas kota, sesuai Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang. Perkembangan pembangunan di perkotaan sangat dipengaruhi pertumbuhan populasi (manusia) akibat urbanisasi, terutama para pendatang yang akhirnya menetap. Sejak tahun 1970-an, khususnya pada dekade pertama, sampai tahun 1980-an, 35% dari pertumbuhan total di semua sektor pembangunan lingkungan perkotaan adalah akibat gelombang urbanisasi yang dipacu oleh pembangunan fisik sarana dan prasarana kota yang merupakan daya tarik sekaligus daya dorong bagi para warga yang ingin memperoleh peluang kehidupan lebih baik. Laju pembangunan itu pula yang menyebabkan perkembangan kota seolah tanpa arah (*urban sprawl*). Hal tersebut berdampak terhadap keadaan biofisik lingkungan yang "tertekan" dengan semakin buruknya sanitasi lingkungan, menurunnya kualitas air permukaan dan udara Kota dan diperparah oleh semakin rendahnya laju produksi air tanah di wilayah cekungan Bandung (BPLH Kota Bandung, 2011).

Fakta lain dari hasil analisis kualitas udara Kota Bandung tahun 2007 bahwa, dari hasil evaluasi dapat diketahui bahwa pada beberapa lokasi pemantauan, kadar polusi telah melebihi nilai ambang batas yang dipersyaratkan. Hal tersebut sebagai gambaran tantangan BPLH Kota Bandung kedepan dalam pengelolaan lingkungan hidup dan dasar dari Rencana kerja BPLH yang harus semakin praktis dan berorientasi hasil. Menurut data Badan Pengendalian Lingkungan Hidup Bandung 2006, akibat berkurangnya persentase ruang terbuka hijau di Bandung, setiap tahun permukaan tanah di Kota Kembang ini menyusut sekitar 42 sentimeter. Di Babakan Siliwangi sendiri permukaan air tanah berada pada kedudukan 14,35 meter dari sebelumnya 22,99 meter (BPLH Kota Bandung, 2011).

Indikasi yang menunjukkan bahwa RTH-Kota Bandung baik dari segi kuantitas/luas maupun kualitasnya terus menyusut. Kondisi ini dimungkinkan terjadi karena adanya tekanan kepentingan terutama kebutuhan ekonmi. Beberapa tempat yang semula berupa RTH-Kota berubah atau menyusut arealnya karena digunakan untuk mendirikan bangunan (Sartono, 2011).

Fakta menunjukkan bahwa, target 30% RTH di Kota Bandung sulit tercapai. Untuk mencapainya, Pemkot Bandung harus membebaskan lahan dan butuh anggaran besar. Dari target tersedianya RTH sebanyak 11,06% di Kota Bandung pada 2010, hanya tercapai sebesar 9,31%. Penambahan RTH di Kota Bandung bertambah menjadi 12,46%. Namun apabila mengacu pada UU No. 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang, setiap kota harus menyediakan 30% RTH dari total lahan yang dimiliki. Meskipun demikian, untuk mengejar target penambahan RTH di Kota Bandung, Pemkot mengandalkan pengembang perumahan, yang harus menyediakan 10% lahan untuk fasilitas sosial (Fasos) dan fasilitas

umum (Fasum) sebagai prasarana dan utilitas (PSU) perumahan (Prasetya, 2011).

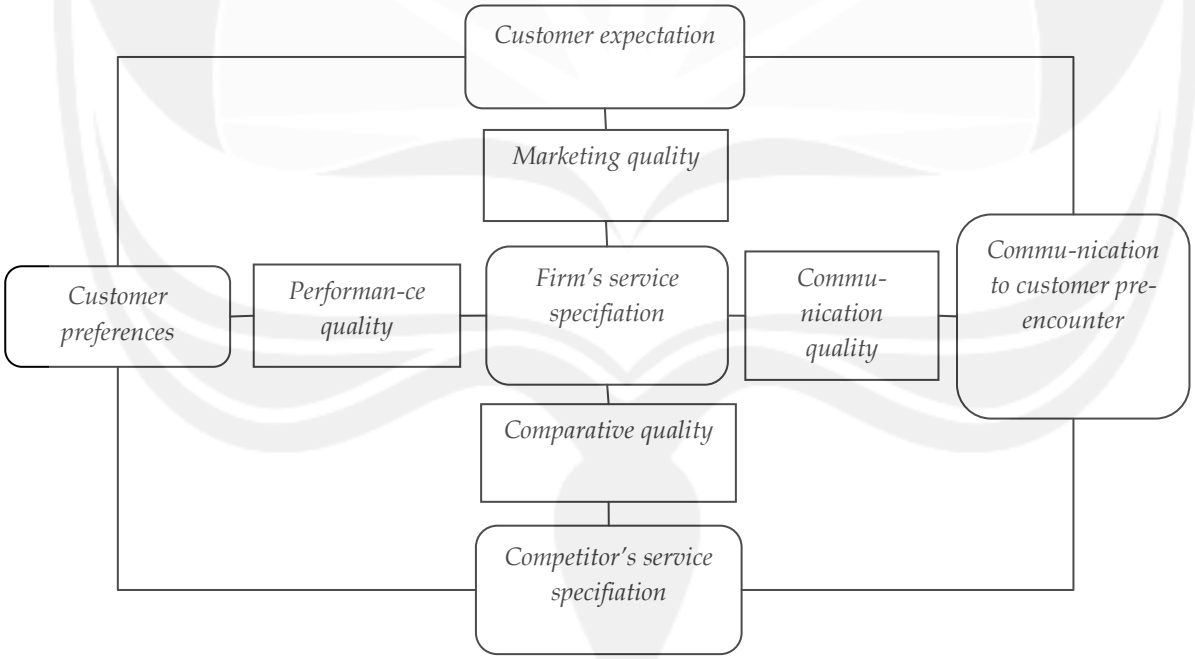
Penyediaan RTH di Kota Bandung Secara fungsional baik fungsi intrinsik maupun ekstrinsik dapat dievaluasi kinerjanya baik dari dimensi/sudut pandang pengguna atau publik ataupun dari penyedia terutama pemangku kewajiban yakni Pemerintah Kota Bandung. Berkenaan dengan penilaian berdasarkan dimensi publik sebagai pengguna, belum begitu jelas penilainnya menurut para pengguna aset tersebut. Untuk itulah menarik untuk dikaji mengenai "Model Sinergistik Desain Kualitas Layanan Aset Publik RTH-Kota Melalui QFD (Kasus RTH-Kota Bandung).

Rumusan Masalah Penelitian

Jika didasarkan pada model *house of quality* sebagaimana dalam model perancangan layanan *Quality Function Deployment* (QFD), ada tiga pertanyaan spesifik yang perlu dijawab:

1. Bagaimana harapan publik terhadap layanan RTH-Kota, dan bagaimana penilaian publik terhadap keberadaan RTH-Kota tersebut.
2. Upaya yang bagaimana sajakah bagi penyedia untuk mewujudkan harapan publik terhadap RTH-Kota.
3. Menurut publik, apa yang menjadi alternatif lain yang menjadi substitusi atau pembanding dengan RTH-Kota.

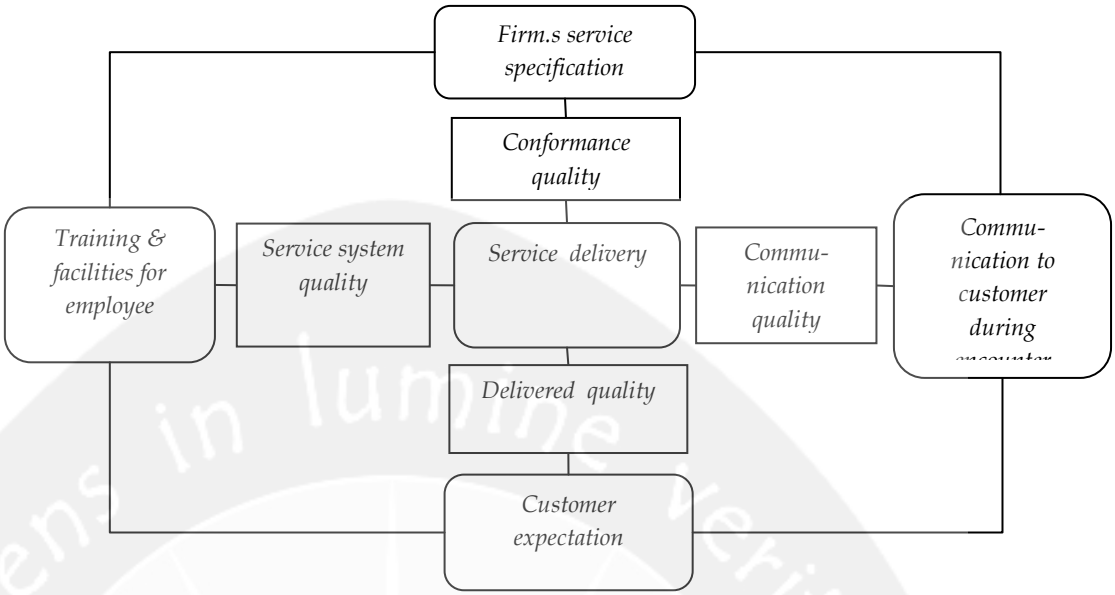
Tujuan Penelitian



Gambar 1 Model Konseptual Perancangan Kualitas Layanan
(Sumber: Apte & Reid, 1994:21)

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, ada tiga tujuan penelitian ini yakni:

1. Merinci harapan publik melalui harapan pengguna dan



Gambar 2 Model Konseptual Penghantaran Kualitas (Sumber: Apte & Reid, 1994:21)

harapan terpenting untuk layanan RTH-Kota.

2. Merancang upaya penyedia untuk mewujudkan harapan publik melalui elemen terkendali dan kepentingan menyeluruh atau dapat memenuhi keinginan pelanggan atas RTH-Kota.

3. Membandingkan upaya yang dapat diberikan oleh penyedia RTH-Kota dengan tempat lain yang serupa (sebagai substitusi) RTH-Kota bagi publik di perkotaan. Untuk hal ini diidentifikasi tempat yang potensial menjadi substitusi RTH-Kota bagi pengguna.

Model Perancangan Kualitas Layanan

Perancangan kualitas pelayanan dapat dikonseptualisasikan Rancangan layanan sebagaimana di dalam Gambar 1 di atas, kemudian harus dihantarkan pada pelanggan yang dituju. Karena itulah, tahap berikutnya harus melakukan konseptualisasi perancangan kualitas layanan sebagaimana dicerminkan Gambar 2. Penghantaran layanan sebagaimana dalam Gambar 1. Apte dan Reid (dlam Sugiama, 2013) menunjukkan bahwa, dasar pemikiran dalam merancang spesifikasi layanan (*firm's service specification*) itu berbasis pada harapan pelanggan (*customer expectation*) melalui upaya riset pemasaran. Berlandaskan pada harapan itulah, kemudian penyedia perlu berkomunikasi dengan pelanggan, dan mendiagnosa serta membandingkan dengan spesifikasi layanan yang diberikan pesaing. Pada tahap berikutnya pelanggan akan mendapatkan kinerja kualitas layanan (*performance quality*) memilih layanan yang sesuai harapannya (*customer preferences*).

(*service delivery*) didasarkan pada layanan yang telah dirancang penyedia (*firm's service specification*). Agar seluruh spesifikasi layanan yang dirancang dapat dihantarkan pada pelanggan, maka perusahaan perlu memfasilitasi karyawan untuk mendapat pelatihan

(*training*) penghantaran layanan tersebut. Seluruh spesifikasi kualitas layanan yang telah dirancang perlu dikomunikasikan kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan memperoleh layanan sebagaimana mereka harapkan (*customer service expectation*).

Desain Kualitas melalui QFD

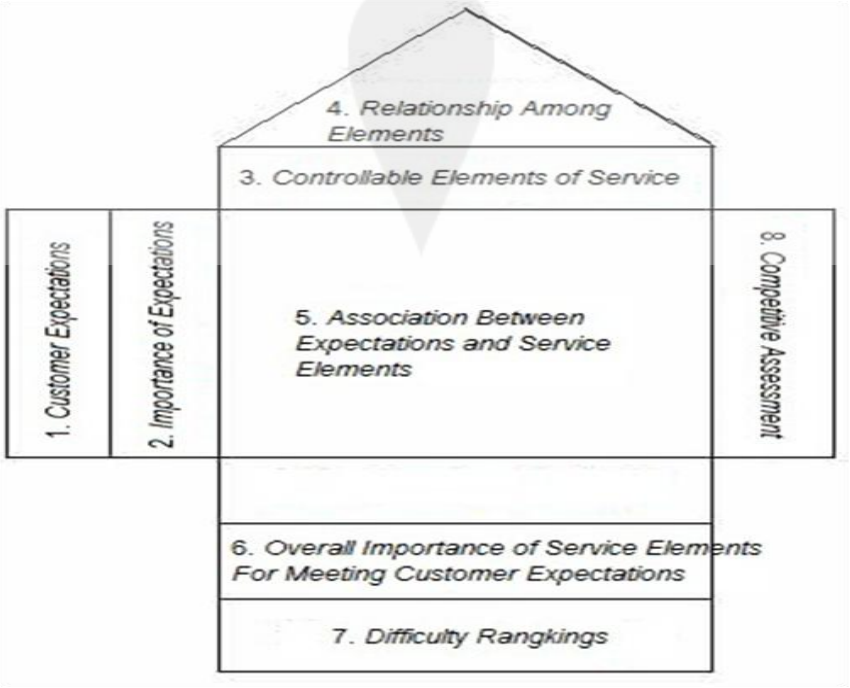
Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2001) *Quality Function Deployment* (QFD) didefinisikan sebagai sebuah sistem untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam persyaratan perusahaan yang sesuai pada setiap tahap, dari penelitian melalui desain 1960-an, yang berasal dari bahasa Jepang yaitu *Hin Shitsu Kino Ten Kai. Hin Shitsu* berarti kualitas, atribut atau *feature*. Kino berarti fungsi atau mekanisasi, sedangkan *Ten Kai* berarti penyebarluasan, pengembangan atau evolusi (Cohen dalam Sugiama, 2013).

QFD diimplementasikan melalui "*House of Quality*" (HoQ), yang menghubungkan kebutuhan pelanggan dengan karakteristik desain dari produk atau jasa. Hal ini kemudian dikaitkan dengan proses internal seperti perencanaan produk, perencanaan proses, perencanaan produksi dan pengembangan untuk memproduksi, distribusi, instalasi, pemasaran dan personil teknik dalam proses pembangunan, memiliki lebih banyak aplikasi di bidang manufaktur daripada jasa. Purdianta (2008) menyatakan bahwa, QFD merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen dalam karakteristik produk serta mempertimbangkan kemampuan penyedia untuk memenuhinya.

QFD pertama kali dirkenalkan Yoji Akao dan Shigeru Mizuno pada awal tahun

produksi, dan penyebaran bagian. HoQ adalah sebuah representasi diagram dari jasa, atribut, persyaratan pelanggan dan kemampuan penyedia.

HoQ jasa terdiri dari tiga bagian yang berbeda: kriteria kualitas pelanggan (apa yang pelanggan butuhkan), aspek perusahaan jasa (bagaimana kriteria ini diciptakan oleh penyedia), dan hubungannya, sehingga kepentingan relatif dari hubungan antara fungsi-fungsi yang berbeda dari perusahaan dapat ditonjolkan.



Gambar 3 Kerangka *House of Quality* dan Elemen-Elemennya
(Sumber: Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2001)

METODE ANALISIS

Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang menerapkan pendekatan kuantitatif, artinya seluruh data dan analisis didasarkan pada angka-angka yang mengekspresikan skala data dan variabel yang dielaborasi (Sugiama, 2008:31). Adapun menurut jenis metode yang diterapkan, penelitian ini menerapkan metode deskriptif, yakni cara untuk mengumpulkan data, menganalisis, dan menyimpulkannya berdasarkan data pada masa penelitian dilaksanakan (Sugiama, 2008:37).

Berdasarkan pada dimensi analisis respondennya, level/unit analisisnya adalah tingkat "individu" penduduk yakni perseorangan sebagai anggota masyarakat Kota.

Populasi dan Pengambilan Sampel

Kasus yang diambil dalam kajian ini adalah persepsi publik pada RTH-Kota Bandung. Adapun ukuran sampel yang diambil adalah 196 orang penduduk dengan teknik sampling *judgement sampling*.

Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini: 1) Mahasiswa yang merupakan penduduk Kota Bandung, 2) Mengetahui mengenai kondisi RTH-Kota Bandung, 3) Memiliki perhatian terhadap keberadaan RTH-Kota Bandung, 4) Memerlukan penyediaan RTH-Kota di Bandung, 5) Memiliki kecakapan dalam menilai RTH-Kota.

Berdasarkan karakteristik populasi tersebut, untuk mendapatkan data dihimpun dengan menggunakan kuesioner dan *Focus Groups Discussion* (FGD). Pengabilan sampel untuk FGD dilakukan dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *judgement sampling* dari mahasiswa Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Polban (Politeknik Negeri Bandung). Alasan utama karena mereka memenuhi syarat karakteristik populasi dan *sample frame* yang diharapkan. Sebagai sampel dalam FGD ini ditentukan empat (4) kelompok mahasiswa yang terdiri dari 8 orang untuk masing-masing kelompok FGD. Jadi FGD dimaksud melibatkan 32 orang. Adapun kuesioner dari hasil FGD disebarkan kepada 196 orang dengan menggunakan *judgement sampling*. Adapun populasinya adalah mahasiswa Polban yang juga sebagai penduduk di Kota Bandung.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Berkenaan dengan perancangan QFD RTH-Kota, berikut ini langkah-langkah teknis spesifik QFD RTH-

Kota dalam penelitian ini yang meliputi:

1. Mengidentifikasi dan mendefinisikan variabel laten RTH-Kota
2. Menjabarkan masing-masing variabel laten ke dalam variabel manifes atau indikator
3. Menghantarkan masing-masing indikator (variabel manifes) ke dalam rancangan pertanyaan yang akan dilontarkan ke partisipan dalam FGD. Pertanyaan sebagaimana dirancang dalam indikator tersebut dijadikan pertanyaan awal dan dasar pemikiran partisipan dalam diskusi. Jadi diskusi akan berkembang lebih terarah (fokus) pada penyediaan dan layanan publik RTH-Kota.
4. Menghimpun opini partisipan FGD ke dalam sebuah skrip hasil FGD
5. Merinci dan merancang manifes/indikator layanan yang diharapkan para partisipan FGD.

Seluruh langkah di atas dilakukan pada sesi awal FGD. Kemudian pada sesi kedua, dilakukan langkah-langkah sebagaimana mulai dari langkah 6 di bawah ini.

6. Menyebarkan angket kepada populasi dengan mengajukan pertanyaan yang dihasilkan dari FGD.
7. Menanyakan urutan kepentingan (*ranking*) manifes layanan menurut partisipan. Pertanyaan ini diajukan untuk mengungkap urutan kepentingan layanan yang diharapkan penduduk untuk RTH-Kota. Pada langkah ini dilakukan tabulasi berdasarkan nilai frekuensi penilaian partisipan.
8. Membuat *form* matriks *HoQ* untuk QFD RTH-Kota
9. Menyajikan manifes layanan RTH-Kota ke dalam rancangan QFD berdasarkan jawaban/opini partisipan FGD dan memberikan bobot berdasarkan urutan kepentingan (*rank*) sebagaimana diperoleh dari langkah 6 di atas.
10. Merancang upaya yang harus dilakukan pihak penyedia RTH-Kota berdasarkan keinginan penduduk (partisipan FGD). Upaya tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan: apa yang harus dilakukan penyedia RTH-Kota untuk memenuhi keinginan penduduk kota bersangkutan.
11. Menghubungkan keeratan antara keinginan penduduk dengan upaya yang harus dilakukan penyedia RTH-Kota. Ada tiga kategori gambaran keeratan hubungan tersebut yakni: a) hubungan erat, b) hubungan sedang, dan c) hubungan rendah. Antara manifes atau indikator keinginan penduduk dengan upaya penyedia tertentu tidak memilki hubungan, sehingga sel tersebut dalam matriks *HoQ* menjadi kosong
12. Menghubungkan antara keeratan hubungan antar masing-masing manifes upaya yang harus dilakukan penyedia dengan manifes lainnya berdasarkan kategori/skala: a) hubungan erat, b) hubungan sedang, dan c) hubungan rendah.

Setelah langkah 6 hingga 12 di atas (sesi 2) FGD, maka untuk mendapatkan opini peserta FGD terhadap pesaing (pembanding) antara RTH-Kota dengan tempat lain sebagai pengganti yang sama atau serupa, maka dilakukan langkah sebagai berikut:

a. Mengajukan pertanyaan kepada peserta FGD mengenai apa

yang biasanya mereka cari sebagai pengganti RTH-Kota untuk dapat mereka kunjungi

b. Membandingkan antara RTH-Kota dengan tempat pengganti RTH-Kota menurut para peserta FGD tersebut

c. Memberikan penilaian menurut peserta FGD dengan pilihan jawaban: *good, fair*, atau *poor* untuk tempat tersebut dibanding RTH-Kota

13. Menyajikan hasil perbandingan di atas ke dalam *HoQ* .

14. Menghitung upaya yang paling penting atau prioritas tertinggi hingga terendah dalam melayani penyediaan RTH-Kota berdasarkan model QFD sebagaimana disajikan dalam *Hose of Quality* (HoQ).

HASIL ANALISIS

Persepsi Publik pada RTH-Kota

Publik tentu memiliki penilaian terhadap keberadaan RTH-Kota. Sebagai kasus diambil RTH Kota Bandung. Ada 12 (duabelas) pertanyaan yang diajukan kepada responden yang hasilnya secara deskriptif dicerminkan Tabel 1.

Tabel 1 Analisis Deskriptif terhadap RTH-Kota Bandung

menurut Responden

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
identitas kota	196	1,00	5,00	2,9184	,90778
membatu pelestarian mahluk hidup	196	1,00	5,00	3,0714	,90865
penahan polusi udara	196	1,00	5,00	2,9898	,92813
serapan air	196	1,00	5,00	2,6990	,90932
produksi terbatas	196	1,00	5,00	2,9541	,97293
memperbaiki iklim kota	196	1,00	5,00	3,0765	,85890
pengelolaan sampah	196	1,00	5,00	2,7806	,79604
penyerapan air tanah	196	1,00	5,00	2,8827	,79195
menampis cahaya silau dan panas	196	1,00	5,00	3,1429	,95003

Mengacu pada hasil analisis deskriptif di atas, umumnya masyarakat Kota Bandung menilai bahwa, RTH yang disediakan selama ini belum dapat memenuhi sebagai identitas Kota Bandung. Hal ini ditunjukkan oleh penilaian publik yang mengungkapkan pernyataan: saya melihat bahwa RTH-Kota Bandung yang kini ada belum menjadi menjadi identitas Kota.

Penilaian responden terhadap RTH yang dapat menunjnag pelestarian lingkungan hidup di Kota Bandung ternyata juga belum tinggi sesuai harapan. Mereka menyatakan bahwa "RTH-Kota Bandung yang ada kini belum dapat membantu pelestarian mahluk hidup (flora dan fuauna sebagai plasma nutfah) di Kota Bandung" sesuai harapan publik.

Masyarakat Kota Bandung juga menilai bahwa RTH Kota Bandung yang kini ada belum dapat menjadi penahan dan penyaring polusi udara (partikel padat dari udara). Sangat terbatasnya RTH di Kota Bandung menurut mereka dinilai hanya mencapai rata-rata 2,9 saja dari skala 5. Ini berarti RTH yang kini telah disediakan masih harus terus diperluas dan ditambah hingga RTH tersebut dapat menjadi penahan dan penyaring polusi udara (partikel padat dari udara).

Keberadaan RTH di setiap kota akan dapat membantu mengatasi genangan air hujan khususnya. Untuk itu

diajukan pertanyaan pada responden untuk mengetahui penilaian mereka. Menurutnya ternyata "genangan air yang ada di sekitar RTH-Kota Bandung belum dapat diserap secara alamiah dengan baik." Hal ini tercermin dari hasil penilaian mereka yang hanya mencapai rata-rata 2,6 dari skala 5. Artinya RTH yang ada belum dapat membantu dengan baik dalam mengatasi banjir di Kota Bandung.

Pada pertanyaan berikutnya diajukan kepada responden untuk menilai mengenai produksi terbatas. Adapun opini responden menyatakan bahwa, "mereka melihat bahwa sedikit produksi yang diraih dari RTH baik dalam bentuk buah-buahan, bunga, dan pohon (produksi terbatas) yang dapat dipetik dari RTH di Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata penilaian publik yang rata-rata hanya mencapai 2,6 dari skala 5 penilaian. Artinya masih sangat terbatas materi yang dihasilkan oleh RTH.

"RTH di Kota Bandung menurut publik ternyata belum cukup turut serta memperbaiki iklim kota ini." Dari RTH yang ada menurut publik ternyata cukup membantu dalam mengendalikan iklim. Responden menilai rata-rata 3,0 dari skala penilaian 5, yang artinya cukup. Sebagaimana diketahui bahwa, Bandung dikenal beriklim relatif dingin dibanding dengan suhu udara kota-kota besar pada umumnya di Indonesia. Suhu yang terjadi rata-rata sekira 25^0 C.

"RTH yang kini ada belum dapat membantu dalam pengelolaan sampah (penyekat bau, penyerap bau, pelindung tanah hasil bentukan dekomposisi dari sampah, dan penyerap zat yang berbahaya dan beracun/B3)." Ini tercermin dari penilaian rata-rata publik yang hanya mencapai 2,7 dari skala 5. Ini berarti bahwa, RTH-Kota Bandung masih sangat minim dalam kontribusinya untuk membantu dalam pengelolaan sampah (penyekat bau, penyerap bau, pelindung tanah hasil bentukan dekomposisi dari sampah, dan penyerap zat yang berbahaya dan beracun/B3).

Menurut para responden menyatakan bahwa, "mereka yakin RTH-Kota Bandung yang kini ada belum mampu membantu penyerapan air tanah dengan baik." Rata-rata penilaian responden hanya mencapai 2,8 dari skala angka 5. Kondisi ini menunjukkan bahwa, penyerapan air masih rendah oleh RTH yang ada di Kota Bandung. Kondisi demikian dapat dicerminkan oleh adanya keterbatasan RTH yang disediakan.

Pertanyaan berikutnya diajukan tentang kemampuan RTH di Kota Bandung yang dapat menepis cahaya silau. Publik menjawab bahwa, "mereka merasakan bahwa, RTH di Kota Bandung belum sepenuhnya dapat menampis cahaya silau dan mengurangi terik panas matahari." Cerminan penilaian tersebut dapat diungkap dari angka rata-rata yang diperoleh sebesar 3,1 dari skala 5 yang disediakan. Penduduk memandang agar di beberapa tempat di Kota Bandung perlu ditanami pepohonan rindang yang dapat menepis cahaya silau bagi mereka.

Publik di Kota Bandung menilai bahwa, "RTH-Kota Bandung yang ada kini cukup dapat meningkatkan keindahan lingkungan perkotaan." Penilaian rata-rata sebesar 3,4 dari skala 5 menunjukkan hal dimaksud.

Penilaian responden juga diberikan terhadap "RTH-Kota Bandung mampu menjadi pendukung habitat burung di perkotaan." Rata-rata penilaian mencapai 3,2.

Demikian pula untuk opini rerhadap kontibusi RTH-Kota yang dapat mengendalikan tekanan pikiran yang juga dinilai cukup. Hal ini terungkap dari rata-rata penilaian sebesar 3,1 dari sakal 5. Ini berarti "mereka merasa bahwa, RTH-Kota Bandung yang ada kini cukup mampu mengurangi tekanan mental (*stress*)." Publik menilai bahwa ternyata jumlah pengunjung cukup banyak ke RTH yang tersedia khususnya masyarakat lokal untuk menikmati keindahan RTH di Kota Bandung." Ini berarti bahwa, penduduk lokal Kota Bandung memerlukan keberadaan RTH-Kota. Untuk itu perlu upaya menyediakan RTH terpelihara dan dapat menjadi sumber bagi aktivitas rekreasi masyarakat setempat. Secara umum meskipun penduduk Kota Bandung telah merasakan manfaat keberadaan RTH Kota yang saat ini tersedia, namun demikian untuk mencapai tingkat yang prima sesuai harapan publik, aset RTH Kota Bandung masih perlu ditingkatkan baik kualitas maupun kuantitasnya.

Harapan Publik terhadap Penyedia RTH- Kota

Studi yang dilakukan adalah termasuk ke dalam kategori studi konfirmatori. Berdasarkan jenis studi tersebut, dan mengacu pada variabel manifes yang telah dirancang, terdapat 13 variabel manifes yang dielaborasi sebagai berikut:

1. Tingkat representasi RTH sebagai identitas kota
2. Upaya pelestarian plasma nutfah di perkotaan
3. Kemampuan penahan dan penyaring partikel padat dari udara
4. Kemampuan mengatasi genangan air
5. Tingkat produksi terbatas di perkotaan
6. Daya dukung ameliorasi/perbaikan iklim perkotaan
7. Daya dukung pada pengelolaan sampah
8. Tingkat pelestrian air tanah di perkotaan
9. Kemampuan penampisan cahaya silau
10. Kemampuan meningkatkan keindahan lingkungan
11. Daya dukung sebagai habitat burung
12. Kemampuan dalam mengurangi tekanan mental (*stress*),
13. Meningkatkan industri pariwisata

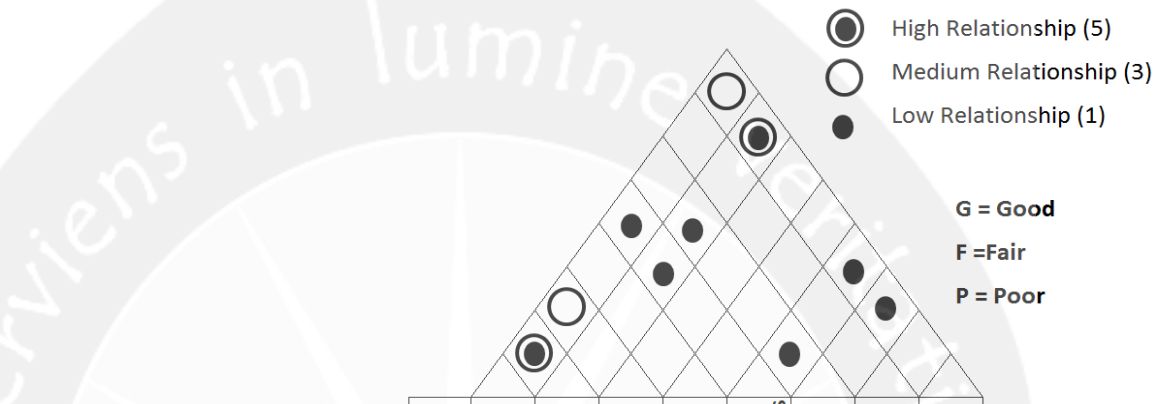
Berkenaan dengan upaya apa sajakah yang harus dilakukan oleh penyedia RTH-Kota Bandung untuk memenuhi harapan publik, maka dilakukan proses studi literatur untuk justifikasi upaya penyedia tersebut. Berikut ini disajikan delapan variabel manifes upaya penyedia RTH-Kota:

1. menyediakan RTH dengan luas standar minimum RTH-Kota
2. memelihara RTH-Kota agar terjaga
3. menanam berbagai pohon yang dapat menyerap air
4. menanam pohon yang dapat memberikan produksi terbatas
5. menanam pepohonan yang rindang untuk penangkal silau dan panas
6. menanam pohon yang indah dipandang

7. menanam pepohonan yang dapat dihuni burung
8. menata RTH yang nyaman dan aman bagi pengunjung

Kedelapan upaya penyedia tersebut secara konsisten perlu menjadi acuan untuk memenuhi RTH-Kota sesuai harapan publik

Gambar 4 *House of Quality* RTH-Kota



Keinginan Pelanggan/wisatawan	Upaya penyediaan layanan	Menyediakan RTH dg luas memadai	Mememilhara RTH tetap terjaga	Menanam pohon penyerap air	Menanam pohon yang produktif	Menanam pohon rindang penangkis cahaya & panas	Menanam pohon yang indah dipandang	Menanam pohon yg dpt dihuni burung	Menyediakan RTH yang aman dan nyaman	Taman wisata	Wisata agro
Menjadi identiras kota	6	●					●		○	F	F
Dapat melestarikan plasma nutfah di perkotaan	3	○	◉					●		F	F
Menjadi penahan dan penyaring partikel padat dari udara/polusi	10	◉	◉	◉			●			G	G
Dapat membantu mengatasi genangan air	8	○	◉	◉						G	G
Dapat memberikan manfaat produksi terbatas di perkotaan	1				○					F	G
Mendukung ameliorasi/perbaikan iklim perkotaan	12	◉	◉			◉				G	G
Dapat mendukung mengatasi pengelolaan sampah	5								●	P	F
Membantu pelestrian air tanah di perkotaan	11	◉	◉	◉						G	G
Dapat menampis cahaya silau	7					◉				G	G
Dapat menjadi habitat burung di perkotaan	2	○	○			●		◉		F	G
Mampu mengurangi tekanan mental (*stress*) penduduk	9	○	○						○	G	G
Dapat meningkatkan kunjungan wisatawan	4								○	G	G
Peringkat kepentingan layanan oleh penyedia		237	253	145	3	97	16	13	62		

Mengacu pada Gambar 4 mengenai *House of Quality* RTH-Kota menunjukkan bahwa, publik memberi prioritas atau urutan terpenting dari 12 manifes RTH-Kota adalah agar RTH-Kota dapat berperan dalam "mendukung ameliorasi/perbaikan iklim perkotaan." Sedangkan yang menjadi prioritas terendah diharapkan publik dari 12 manifes adalah "dapat memberikan manfaat produksi terbatas di perkotaan." Jika disajikan dalam urutan kepentingan (*ranking*) harapan publik terhadap RTH-Kota dapat ditulis sebagai berikut:

1. Mendukung ameliorasi/perbaikan iklim perkotaan
2. Membantu pelestrian air tanah di perkotaan
3. Menjadi penahan dan penyaring partikel padat dari udara/polusi
4. Mampu mengurangi tekanan mental (*stress*) penduduk
5. Dapat membantu mengatasi genangan air
6. Dapat menampis cahaya silau
7. Menjadi identias kota
8. Dapat mendukung dalam mengatasi pengelolaan sampah
9. Dapat meningkatkan kunjungan wisatawan
10. Dapat melestarikan plasma nutfah di perkotaan
11. Dapat menjadi habitat burung di perkotaan
12. Dapat memberikan manfaat produksi terbatas di perkotaan

Kesadaran penduduk perkotaan tentang pentingnya perbaikan iklim perkotaan menjadi alasan bahwa RTH-Kota perlu berperan penting dalam memelihara iklim tetap nyaman. Perubahan iklim yang melanda di berbagai perkotaan yang cenderung makin panas dari waktu ke waktu membutuhkan peran penting dari RTH-Kota.

Berkenaan dengan makin sulitnya sumber air bersih di perkotaan, dan rumitnya pengelolaan air minum membuat masyarakat perkotaan menempatkan posisi ke-dua dari 12 manifes harapan publik pada RTH-Kota. Mereka berharap agar RTH-Kota dapat "membantu pelestrian air tanah di perkotaan." Dengan RTH yang memadai, diharapkan dapat membantu pelestarian air untuk daerah perkotaan.

Makin sempitnya RTH di daerah perkotaan, dan semakin luasnya pencemaran udara akan makin menjadi beban bagi kesehatan lingkungan. Karena itu, publik berharap agar RTH yang dibangun dapat "menjadi penahan dan penyaring partikel padat dari udara/polusi." Pencemaran udara yang terjadi terus meningkat perlu diimbangi oleh peningkatan kualitas dan kuantitas RTH, sehingga hal ini dapat membantu perbaikan kesehatan lingkungan perkotaan.

Keberadaan RTH-Kota tentu bermanfaat bagi masyarakat antara lain untuk dijadikan salah satu tempat mengurangi kejenuhan atau tempat *refreshing*. Beragam aktivitas masyarakat dalam RTH-Kota terutama untuk melepas kepenatan dari aktivitas sehari-hari, tempat berolahraga, dan tempat bersosialisasi dengan sesama. Berkenaan dengan hal tersebut, publik menempatkan kepentingan RTH-Kota yang "mampu mengurangi tekanan mental (*stress*) penduduk" dalam urutan kepentingan ke-4 dari 12 manifes.

Genangan air di daerah perkotaan menjadi salah satu masalah yang sulit diatasi karena beragam faktor

penyebabnya. Keberadaan RTH-Kota dapat menjadi satu di antara prasarana untuk mengurangi genangan air yang melimpah. RTH yang terjaga dengan baik diyakini "dapat membantu mengatasi genangan air." Oleh karena itu, publik menilai bahwa, hal tersebut sangat penting direalisasikan. Publik menempatkannya hal ini dalam urutan ke-6 dari 12 manifes yang diharapkannya.

RTH-Kota yang ditumbuhi pepohonan rindang "dapat menampis cahaya silau" bagi masyarakat setempat. Keberadaan tanaman yang hijau dan rindang diharapkan mampu mereduksi pancaran sinar matahari yang menyilaukan mata. Karena hal itulah, penduduk menilai bahwa RTH yang baik itu dapat berkontribusi dalam mengurangi silau dari cahaya matahari. Berkenaan dengan hal ini, publik menempatkan tingkat kepentingan terhadap hal ini pada urutan ke-6 dari 12 manifes yang diharapkannya.

Publik berharap agar RTH-Kota dapat "menjadi identias kota" di mana ia berada. Sebuah kota yang memiliki RTH yang baik dapat menjadi penambah kekhasan kota bersangkutan. Ciri khas ini berpotensi menjadi sebuah kebanggaan bagi masyarakat perkotaan bersangkutan.

RTH-Kota yang terawat dan terjaga dengan baik diyakini "dapat mendukung dalam mengatasi pengelolaan sampah" dan kebersihan lingkungan secara umum di mana RTH itu berada. Penyediaan RTH yang dilengkapi dengan sub-sistem pengelolaan sampah tentu berpengaruh pada kebersihan lingkungan RTH, sehingga dapat berkontribusi dalam memelihara lingkungan bebas dari gangguan sampah.

Setiap daerah tentu memiliki keragaman flora da fauna tertentu. Keberadaan RTH-Kota diyakini publik "dapat melestarikan plasma nutfah di perkotaan" di mana mereka tinggal. Pelestarian plasma nutfah ini tentu sangat berarti bagi kehidupan alam setempat. Manifes ini memiliki urutan kepentingan ke-10 dari 12 manifes yang diharapkan oleh publik perkotaan.

Selanjutnya publik berharap agar RTH-Kota itu "dapat menjadi habitat burung di perkotaan." Keberadaan RTH yang ditumbuhi pepohonan dapat mengundang dan membuat beragam burung hidup di daerah perkotaan. Selain keberadaan burung menjadi sumber atraksi bagi penduduk, juga burung dapat mendukung kelestarian lingkungan terutama berkontribusi pada penyebaran biji-bijian sebagai benih tumbuhan.

Publik menilai bahwa RTH-Kota "dapat memberikan manfaat produksi terbatas di perkotaan." Artinya ada beberapa pepohonan dan tumbuhan tertentu yang dapat menghasilkan manfaat untuk mendukung pemenuhan kebutuhan penduduk setempat secara terbatas. Beberapa produksi yang diperoleh dari RTH antara lain daun-daunan dan buah-buahan yang dapat dikonsumsi manusia atau untuk sumber kerajinan masyarakat setempat baik dari pohon, ranting, dedaunan atau dari buah-buahan yang diperoleh dari RTH bersangkutan. Meskipun kepentingan produksi terbatas dari RTH ini menempati urutan terakhir dari 12 manifes, namun publik menganggap

hal ini penting untuk dipenuhi oleh RTH-Kota bersangkutan.

Upaya Penyedia RTH- Kota

Gambar 4 menunjukkan ada delapan (8) manifes yang menjadi upaya penyedia untuk memenuhi harapan publik atas RTH-Kota. Kedelapan manifes dimaksud:

1. Menyediakan RTH dengan luas memadai
2. Memelihara RTH agar tetap terjaga
3. Menanam pohon penyerap air
4. Menanam pohon yang produktif
5. Menanam pohon rindang untuk penangkis cahaya dan panas
6. Menanam pohon yang indah dipandang
7. Menanam pohon yang dapat dihuni burung
8. Menyediakan RTH yang aman dan nyaman

Masing-masing manifes di atas memiliki relasi dengan layanan tertentu yang diharapkaan publik. Gambaran hubungan dimaksud tercermin sebagaimana dalam dinding rumah kualitas. Ada tiga macam intensitas relasi antar manifes yang diharapkan publik dengan upaya penyedia RTH-Kota yakni 1) antar manifes yang berhubungan tinggi dicerminkan oleh simbol "⊙", 2) hubungan sedang digambarkan oleh simbol "**O**", dan 3) hubungan antar manifes yang rendah dicerminkan simbol "•". Sebagai ilustrasi sebagaimana dalam Gambar 4, hubungan antara manifes upaya "menyediakan RTH dengan luas memadai" memiliki hubungan tinggi (*high relationship*) dengan harapan publik terhadap RTH-Kota yang dapat "menjadi penahan dan penyaring partikel padat dari udara/polusi" dengan bobot hubungan "5". Sedangklan hubungannya dengan manifes harapan publik bahwa RTH-Kota "menjadi identiras kota" memiliki hubungan yang rendah atau *low relationship* dengan bobot sebesar "1."

Selanjutnya berdasarkan pada hasil perhitungan peringkat kepentingan layanan oleh penyedia RTH-Kota secara berurut-turut manifes prioritas penyedia RTH-Kota meliptui 8 manifes yang urutannya (*rank*) tingkat kepentingan dan prioritas bagi penyedia sebagai berikut:

1. Memelihara RTH tetap terjaga
2. Menyediakan RTH dengan luas memadai
3. Menanam pohon penyerap air
4. Menanam pohon rindang penangkis cahaya dan panas
5. Menyediakan RTH yang aman dan nyaman
6. Menanam pohon yang indah dipandang
7. Menanam pohon yang dapat dihuni burung
8. Menanam pohon yang produktif

Nilai tertinggi untuk manifes penyedia yakni "mememilhara RTH tetap terjaga" dengan nilai 253. Hal ini berarti bahwa, penyedia perlu menetapkan prioritas pertama (*rank*) tertinggi adalah agar pemerintah dan umumnya penyediaan RTH-Kota agar dapat "memelihara RTH tetap terjaga". Namun di sisi lain RTH-Kota dapat terjadi pengurangan yakni berkurang dari segi luas atau kualitas RTH tersebut dari tahun ke tahun.

Urutan kedua yang menjadi prioritas penyedia adalah agar penyedia RTH dapat "menyediakan RTH dengan luas memadai." Hal ini dicerminkan oleh nilai sebesar 237. Di sisi lain

luas lahan untuk RTH-Kota pada umumnya terus menurun karena ada potensi komplik kepentingan dengan kebutuhan prasarana dan sarana ekonomi masyarakat atau pemerintahan.

Pada posisi ke-tiga ditempati oleh prioritas penyedia untuk dapat "menanam pohon yang dapat menjadi penyerap air" di RTH-Kota bersangkutan. Hasil perhitungan menunjukkan angka sebesar 145. Upaya ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan publik dalam penyediaan RTH-Kota yang dapat mendukung penyerapan air di perkotaan. Bukti ini diperkuat oleh keeratan hubungan yang tinggi (*high relationship*) antara harapan publik mengenai RTH yang dapat "membantu pelestrian air tanah di perkotaan" dengan upaya penyedia untuk "menanam pohon penyerap air" yang hal ini dicerminkan oleh simbol "⊙".

Penyedia juga perlu memberikan perhatian tinggi bagi upaya untuk "menanam pohon rindang penangkis cahaya dan panas." Tingkat kepentingan ini dicerminkan oleh nilai sebesar 97. Upaya penyedia ini sangat penting guna memenuhi harapan publik agar RTH-Kota yang ada "dapat menampis cahaya silau." Hal ini secara jelas dicerminkan oleh tingkat hubungan yang tinggi (*high relationship*) antara manifes bersangkutan yang ditunjukkan oleh simbol "⊙".

Berdasarkan hasil perhitungan sebagaimana dalam Gambar 4 di atas, terdapat 4 manifes sangat penting yang artinya tidak dapat diabaikan oleh penyedia yakni:

1. memelihara RTH tetap terjaga
2. menyediakan RTH dengan luas memadai
3. menanam pohon penyerap air
4. menanam pohon rindang penangkis cahaya dan panas

Adapun 4 manifes lainnya yang perlu diupayakan penyedia dan memiliki nilai relatif rendah daripada 4 manifes di atas yang berturut-turut sebagai berikut:

1. menyediakan RTH yang aman dan nyaman
2. menanam pohon yang indah dipandang
3. menanam pohon yang dapat dihuni burung
4. menanam pohon yang produktif

Meskipun keempat upaya penyedia di atas memiliki nilai relatif rendah, namun seluruh manifes tersebut perlu direalisasikan untuk memenuhi harapan publik terhadap RTH-Kota bersangkutan.

Pada bagian atap rumah kualitas (*HoQ*) terdapat gambaran hubungan antara masing-masing manifes bagi penyedia layanan RTH-Kota. Antara upaya penyedia dalam "menyediakan RTH dengan luas memadai" hubungannya dengan manifes upaya "memelihara RTH tetap terjaga" memiliki hubungan kuat yang dicerminkan oleh simbol "⊙". Hal ini berarti penyedia RTH perlu merancang secara terpadu untuk kedua manifes bersangkutan. Selain itu, *high relationship* juga terjadi untuk hubungan antara upaya penyedia dalam hal "memelihara RTH tetap terjaga" dengan manifes upaya untuk "menyediakan RTH yang aman dan nyaman". Ini berarti kedua manifes bagi penyedia RTH-Kota perlu dirancang secara terpadu dalam rangka memenuhi filosofi *public delight and driven.*

Pada sisi kanan dalam Gambar 4 dicerminkan perbandingan antara RTH-Kota dengan Taman Wisata dan Wisata Agro yang menjadi alternatif lain bagi publik perkotaan. Kedua kawasan wisata ini layak dijadikan pembanding, karena lokasi kedua macam tempat tersebut masih berada tersebar di sekitar perkotaan. Kedua tempat ini ternyata memiliki beberapa kelebihan daripada RTH-Kota antara lain dalam daya dukung mengatasi polusi udara, menyerap genangan air, turut memperbaiki kondisi iklim, penampisan cahaya silau, menjadi sumber pengurang *stress*, dan khususnya dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Khusus untuk kawasan wisata agro, tentu saja kawasan wisata tersebut memiliki daya produktivitas tinggi untuk menghasilkan produk dari tanaman yang dibudidayakan, dan hal ini jauh berbeda dibandingkan dengan taman wisata serta RTH-Kota.

KESIMPULAN

Publik berharap agar RTH-Kota dapat mendukung perbaikan iklim perkotaan, membantu pelestrian air tanah di perkotaan, menjadi penahan dan penyaring partikel padat dari udara/polusi, mampu mengurangi tekanan mental (*stress*) penduduk, dapat membantu mengatasi genangan air, dapat menampis cahaya silau, menjadi identias kota, dapat mendukung mengatasi pengelolaan sampah, meningkatkan kunjungan wisatawan, turut melestarikan plasma nutfah di perkotaan, menjadi habitat burung di perkotaan, memberikan manfaat produksi terbatas di perkotaan. Secara umum RTH-Kota sebagaimana dalam kasus ini dinilai publik masih belum memenuhi kualitas RTH yang diharapkan.

Berdasarkan kajian pada upaya yang perlu dilakukan guna memenuhi harapan publik, penyedia perlu memelihara RTH tetap terjaga, menyediakan RTH dengan luas memadai, menanam pohon penyerap air, menanam pohon rindang penangkis cahaya dan panas, menyediakan RTH yang aman dan nyaman, menanam pohon yang indah dipandang, menanam pohon yang dapat dihuni burung, dan menanam pohon yang produktif secara terbatas.

Publik memiliki alternatif lain untuk berkunjung selain ke RTH-Kota yakni antara lain ke kawasan Wisata Agro dan Taman Wisata yang berada di sekitar perkotaan. Kedua kawasan wisata ini mendominasi kontribusinya terutama bagi pelestarian dan pemeliharaan lingkungan alam jika dibandingkan dengan RTH-Kota. Namun publik di perkotaan jauh lebih mudah dan lebih rendah korbanannya untuk mencapai RTH-Kota daripada dua alternatif tersebut.

Imflikasi Manajerial

Keberadaan RTH-Kota memegang peranan penting bagi berbagai dimensi kehidupan di perkotaan. RTH-Kota sebagai prasarana ruang publik tentu perlu dikembangkan sesuai harapan publik perkotaan bersangkutan.

Kondisi RTH-Kota yang secara umum makin menurun dari segi kuantitas, luas dan kualitasnya, dapat memengaruhi kelestarian lingkungan dan kesehatan penduduk perkotaan. Berkenaan dengan hal ini, pemerintah sebagai pemangku utama dalam penyediaan RTH-Kota perlu terus berupaya memenuhi harapan publik.

Mengacu pada persepsi publik terhadap RTH-Kota sebagaimana dalam kasus ini, RTH-Kota yang ada belum memenuhi harapan, karena itu penyedia RTH-Kota perlu mempertimbangkan upaya meningkatkan kualitas RTH bersangkutan sesuai harapan publik dan selalu berlandaskan pada pengembangan RTH-Kota yang menerapkan filosofi *public delight and driven*.

DAFTAR PUSTAKA

Apte, Uday dan Reid Martin (1994), *Managing Quality in a "Hidden" Service Managing Service Quality*, Vol. 4 No. 6, , pp. 20-24

Bontis, Nick., Lorne D. Booker dan Alexander Serenko (2007), *The Mediating Effect of Organizational Reputation on Customer Loyalty and Service Recommendation in the Banking Industry*, Emerald Group Publishing Limited, Management Decision **Vol**. 45 No. 9, 2007, pp. 1426-1445

BPLH Kota Bandung (2011), Badan Pengendalian Lingkungan Hidup Bandung, http://www.bandung.go.id/?fa=dilemtek.detail&id=22

Birdogan, Baki., Cigdem Sahin Basfirinci, Zuhal Cilingir., dan Ilker Murat AR (2009), *An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: A case study from Turkey*, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, Vol. 21, No 1**.

Chitty, Bill, Steven Ward and Christina Chua (2007), *An application of the ECSI model as a predictor of satisfaction and loyalty for backpacker hostels*, Marketing Intelligence & Planning, **Vol 5, No 6, pp.** 563-580

Dickenson, R.P., D.R., Campbell dan V.N. Azarov (2000), *Quality Management Implementation in Russia: Strategies for change*, International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 17 No. 1, 2000, pp. 66-81.

Disham, Paul L dan Jonathan L Calof (2007), *Competitive intelligence: a multiphasic precedent to marketing strategy*, European Journal of Marketing, **Vol. 42 No. 7/8**, pp. 766-785

Duffuaa, Salih O., A Raouf & John Dixon Campbell (1999), *Planning & Control of Maintenance System*, John Wiley & Sons, New York.

Grigg, Neil S., 1987: *Infrastructure Engineering and Management*., New York, John Wiley & Sons.

Hariyono, Arik (2007), Prinsip dan Teknik Manajemen Kekayaan Negara, Modul Pelatihan, Diklat Teknis Substantif Spesialisasi Pengelolaan Kekayaan Negara (Diklat Jarak Jauh), DepKeu RI Badan Diklat Keuangan Pusdiklat Keuangan Umum, Jakarta.

Hudson, W Ronald., Ralph Hass & Waheed Uddin, Infrastructure management: *Integrating design, construction, rehabilitation, & renovation.*Ibrahim, Essam E dan Jacqueline Gill (2005), *A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions*, Marketing Intelligence & Planning Journal, **Vol. 23, No 2**, pp. 172-188.

Jabnoun, Naceur (2002), *Control Processes for Total Quality Management and Quality Assurance*, Work Study Journal, **Vol. 51, No.4**, pp. 162-190.

Kang, Gi-Du., Jeffrey James, dan Kostas Alexandris (2002), *Measurement of Internal Service Quality: Application of the SERVQUAL Battery to Internal Service Quality*, Managing Service Quality, **Vol. 12, No. 5,** pp. 278-291.

Kotler, Philip (2003), *Marketing Management*, Eleventh Edition, Prentice Hall, New Jersey

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2001), *Principles of Marketing*, Prentice Hall International, New Jersey

Loosemore, M dan YY Hsin (2001), *Customer-focused Benchmarking for Facilities Management*, MC University,Vol 19, Num 13, pp. 464-475

Malhotra, Naresh K dan Mark Peterson (2001), *Marketing research in the new millennium: emerging issues and trends*, Marketing Intelligence & Planning, MCB University Press, **Vol. 19, No. 4**, pp. 216-235

Malhotra, Naresh K, James Agarwal, dan Mark Peterson (1996), *Cross Cultural Marekting Research: A state-of-the-art review*, International Marketing Review, MCB University Press **, Vol. 13, No. 5**, pp. 7-43

McMullan, Rosalind dan Audrey Gilmore (2006), *Customer Loyalty: an Empirical Study Customer Loyalty:*, European Journal of Marketing, **Vol 42, No. 9/10**, pp. 1084-1094.

Mescon, Michael H., Courtland L Bovee & John V Thill (2002), *Business Today*, Tenth Edition, Prentice Hall, New Jersey

Parasuraman A (2002), *Service Quality and Productivity: a Synergistic Perspective*, Managing Service Quality, **Vol. 12, No. 1**, pp. 6-9.

Permendagri No 1 Tahun 2007, Tentang Penataan Ruang Terbuka Hijau

Peraturan Pemerintah Nomor 63 Tahun 2002 tentang Hutan Kota

Pheng, Low Sui (1996), *Total quality facilitiesmanagement: a framework for* implementation, Facilities, MCB University Press, Volume 14, Number 5/6 May/June 1996, pp. 5–13, ·

Prayag, Girish (2007), Assessing international tourists' perceptions of service quality at Air Mauritius, International Journal of Quality & Reliability Management, **Vol. 24,** No. 5, pp. 492-514.

Prasetya, Arief (2011), *Kota Bandung Sulit Tambah RTH*, Sekretaris Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung, Berita koran Pikiran Rakyat, http://www.pikiran-rakyat.com/node/136179

Ramaswamy, Rohit (1996), Design and Management of Service Process, Addison-Wesley Pulishing Company Inc., Massachusetts

Rassouli, H. (23 Mei 2011). Quality Function Deployment. Diamil 02 Juli 2011 dari http://www.brighthub.com

Sartono, Tono (2011), *Perancangan Fasilitas-Fasilitas Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Cilaki Kota Bandung*, Tugas Akhir Sarjana Sains Terapan Manajamen Aset, Politeknik Negeri Bandung (Polban), Bandung.

Sugiama, A Gima (2010), *Pengantar Bisnis Pariwisata*, Buku Bahan Ajar Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung

Sugiama, A Gima (2011), *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi*

Alam, Edisi Pertama, Guardaya Intimarta, Bandung.
Sugiama, A Gima (2004), *Dampak Pengembangan Usaha Keprawisataan Terhadap Kepuasan Pengalaman Berwisata: Suatu Masukan Bagi Kebijakan Publik di Bidang Kepariwisataan)*, Disertasi Program Doktor, Jurusan Teknik Industri, Program Pascasarjana Intitut Teknologi Bandung (ITB), Bandung.
Sugiama, A Gima (2008), *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*, Guardaya Intimarta, Bandung
Sugiama, Gima A (2002), *Pengaruh Jumlah Kunjungan, lama Tinggal, dan Pengeluaran Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung*, Jurnal ilmiah Tata Niaga, **Vol.iii** no. 1, April 2003, Politeknik Negeri Bandung (Polban), Bandung
Sugiama, Gima A., Iwan Mulyawan, dan Dedy Saefulloh (2004-a), *Disain Pelayanan dan Penghantaran Layanan untuk Menciptakan Layanan Berkualitas Tinggi*, Proceeding of the Research and Studies Research Grant (Pertanian, Sosial), Dirjen Dikti, Depdiknas, Jakarta
Sugiama, A Gima dan Santosa Sanjaya, (2009), *Model Pengembangan Wisata Agro Berbasis Kualitas Komponen Kepariwisataan Yang Berkontribusi Bagi Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan (Kasus Dan Perancangan Layanan Di Kawasan Pertanian Ciwidey Dan Lembang)*, Laporan Hasil Penelitian, UPPM Polban, Bandung
Undang-undang Nomor 26 Tahun 2007, Tentang Penataa Ruang.
Purdianta. (18 September 2008). *Quality Function Deployment.* Diambil 2 Juli 2011 dari http://purdianta.com
Wahyudi, (2009), *Ketersediaan Alokasi Ruang Terbuka Hijau Kota Pada Ordo Kota I Kabupaten Kudus*, Tesis Magister Program Studi Ilmu Lingkungan, Universitas Diponegoro, Semarang
Wang, Yonggui., Hing-P Lo, dan Yer V Hui (2003), *The Antecendent of Service Quality and Product Quality and Their Influences on Bank Reputation: Evidence from The Banking Industry in China*, Manging Service Quality, **Vol. 13, No. 1,** pp. 72-83
Williams, Bernard (1996), Cost-effective facilities management: a practical approach, Facilities, MCB University Press, Volume 14 · Number 5/6 · May/June 1996 · pp. 26–38
Zeithaml, Valerie A., A Parasuraman, dan Leonard L Berry (1990), *Delivering Quality Service: Ballancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, Canada
Zeithaml Valarie A., Mary Jo Bitner, dan Dwayne Gremler. (2001). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm.* New York: McGraw-Hill.

PUBLIC SERVICE AND SATISFACTION OF COMMUNITY IN COOPERATION MSMEs.OFFICE, BANGKALAN DISTRICT, MADURA

Iriani Ismail[1)]
E-mail : iriani.ismail@yahoo.com

[1)]Lecture in Economic Faculty
UTM, Bangkalan, Madura

ABSTRACT

This study measures the Community Satisfaction Index (IKM) for public services with the object of study of cooperation and SMEs in Bangkalan. IKM is one indicator of the measurement of public services provided by government agencies to the public, as showed in the Law of the Republic of Indonesia Number 25 Year 2009 on Public Service and Ministry Policy (KepmenPan) No.25 Year 2004 on Guidelines for General Preparation Community Satisfaction Index - Services Unit Agencies government. The measurement results on the Cooperative SMEs Bangkalan shows (1) the general services provided to the community well into the criteria, only an element - service assurance nearly less well is service costs accuracy, (2) of the kinds of services, the security elements service to the institution to obtain the highest value of the 15 elements of the service. Then followed by the elements of ability and courtesy officer. Based on these findings, local governments, and especially SMEs Cooperation Office can make service improvements.
Keywords: *Community Satisfaction Index, public service*

ABSTRAK

Penelitian ini mengukur Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terhadap pelayanan Publik dengan objek studi pada koperasi dan pelaku UMKM di Bangkalan. IKM merupakan salah satu indikator dari pengukuran pelayanan publik yang diberikan oleh Instansi pemerintah terhadap masyarakat, seperti tertuang dalam UU Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negera No 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah. Hasil pengukuran 1KM pada Dinas Koperasi UMKM Bangkalan menunjukkan (I) secara umum pelayanan yang diberikan kepada masyarakat masuk kedalam kriteria baik, hanya satu (1) unsur pelayanan yang mendekati kurang baik yaitu kepastian biaya pelayanan, (2) dari jenis pelayanan, maka unsur keamanan pelayanan pada institusi ini memperoleh nilai tertinggi dari 15 unsur pelayanan. Selanjutnya diikuti oleh unsur kemampuan dan kesopanan petugas. Berdasarkan temuan ini, pemerintah daerah dan khususnya Dinas Koperasi UMKM dapat melakukan perbaikan pelayanan.
Kata kunci : Indeks Kepuasan Masyarakat, pelayanan publik

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan bernegara, pemerintah memiliki fungsi memberikan berbagai pelayanan publik yang diperlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan dalam bentuk pengaturan ataupun pelayanan-pelayanan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat (Siagian, 2001). Dalam

rangka meningkatkan perbaikan pelayanan publik, pemerintah perlu melakukan proses evaluasi terhadap instansi-instansi, yang mendapat banyak keluhan dari masyarakat. Berbagai keluhan masyarakat secara nasional telah ditampung dan ditindaklanjuti oleh Ombudsman Republik Indonesia. Ombudsman Republik Indonesia adalah lembaga negara di Indonesia yang mempunyai kewenangan mengawasi penyelenggaraan pelayanan publik yang diselenggarakan oleh penyelenggara negara.

Desentralisasi sistem kelola pemerintahan di Indonesia memberikan perubahan dalam sistem pengelolaan wewenang dan kewajiban pemerintah daerah di Indonesia. Walaupun baru berjalan beberapa tahun, tapi telah terlihat begitu dinamisnya perubahan-perubahan dalam tata kelola pemerintahan di Indonesia sesuai dengan kondisi yang dihadapi (UNSFIR, 2005). Perlu juga rasional dalam melihat perubahan ini, bahwa reformasi kebijakan tersebut penuh dengan konsekwensi-konsekwensi yang menimbulkan beberapa persoalan dalam implementasinya (UNSFIR, 2005 ; Smeru, 2004). Keadaan ini merupakan sebuah proses yang perlu dijalani oleh Indonesia dalam mewujudkan iklim demokrasi yang lebih dinamis (Smeru, 2003).

1.1 Latar Belakang

Keberadaan dan peran Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam menunjang kegiatan ekonomi masyarakat, terutama dalam menggerakkan sektor riil merupakan realitas dalam kegiatan ekonomi daerah yang sangat penting dan strategis. Hal ini sudah jelas dan terbukti, oleh karenanya ekonomi koperasi usaha mikro, kecil dan menengah dipandang perlu menjadi salah satu prioritas yang harus dilakukan untuk menopang ekonomi daerah yang kuat dan terciptanya fundamental ekonomi yang tangguh.

Dengan potensi sumber daya yang besar yang dimiliki Kabupaten Bangkalan termasuk potensi sumber daya ekonomi, maka pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bangkalan terus bergerak positif. Salh satu pilar pendukung kondisi positif perekonomian Kabupaten Bangkalan adalah pilar perekonomian Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Secara geografis, Kabupaten Bangkalan memiliki nilai strategis karena dekat dengan pulau Jawa. Dengan posisi letak paling barat pulau Madura, Kabupaten Bangkalan menjadi pintu gerbang dalam lintas barang dan jasa yang menghubungkan Jawa dan Madura. Bahkan Kabupaten Bangkalan termasuk dalam pembangunan area metropolitan Surabaya (Surabaya Metropolitan Area), dimana diharapkan menjadi katub pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur. Nilai strategis dan peran Kabupaten Bangkalan dalam investasi dan perdagangan semakin vital dengan beroperasinya jembatan Suramadu yang menghubungkan Kabupaten Bangkalan di Madura dan Surabaya di Pulau Jawa. Kabupaten ini akhirnya merupakan bagian pusat pengembangan perekonomian Jawa Timur, sehingga perlu dilakukan langkah-langkah strategis untuk mengelola wilayah Surabaya dan Madura secara terkoordinasi, sistimatis, terarah dan terpadu.

Dalam perkembangannya, sektor Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini tentunya masih banyak mempunyai kendala dan permasalahan, oleh karena itu perlu komitmen semua pihak untuk terus menerus berupaya memberdayakannya. Hal ini mengingat sektor koperasi dan UMKM ini memiliki nilai strategis karena sangat terkait dengan masalah pengentasan kemiskinan dan pengangguran. Ini berarti bahwa apabila aktivitas ekonomi dari Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bisa digerakkan, maka roda perekonomian masyarakat akan berjalan, usaha yang dikelola akan berkembang sehingga pada akhirnya akan memberikan dampak positif dalam ikut serta mengatasi kemiskinan dan pengangguran termasuk menumbuhkan wirausaha-wirausaha baru.

Pelayanan Publik yang dilakukan oleh aparatur pemerintah dewasa ini masih banyak menemui kelemahan sehingga belum dapat memenuhi kualitas yang diharapkan oleh masyarakat. Hal ini ditandai dengan masih adanya berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan baik melalui media massa, forum pelatihan hingga forum dialog besar seperti seminar, sehingga karenanya perlu terus diupayakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Institusi ini tampak semakin aktif melakukan upaya peningkatan mutu pelayanan yang baik kepada masyarakat.

Penyediaan Klinik Koperasi UMKM merupakan usaha maksimal yang telah dibuat oleh Dinas Koperasi UMKM sejak tahun 2008. Keberadaannya diharapkan mampu mendorong pemberdayaan koperasi UMKM khususnya kab. Bangkalan, yang harapan selanjutnya diikuti setiap Kecamatan memiliki Klinik secara mandiri. Keterlibatan pihak terkait di lapangan seperti koperasi dan pelaku UMKM juga memperoleh perhatian Dinas ini, yang ditunjukkan dengan mendudukkan ketua Paguyuban UMKM Bangkalan sebagai koordinator Klinik koperasi UMKM yang ada di Dinas Koperasi UMKM.

Sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenngan Pemerintah Kewenangan Propinsi Sebagai Daerah Otonom, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, maka perlu disusun Indeks Kepuasan Masyarakat. Ini dilakukan untuk menilai tingkat kualitas pelayanan termasuk menjadi bahan penilaian terhadap unsur pelayanan yang masih perlu perbaikan dan menjadi pendorong setiap unit penyelenggara pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Penyusunan IKM Dinas Koperasi UMKM juga merupakan pengukur target kinerja Dinas sesuai visi dan misinya. Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Bangkalan sebagai berikut :

1. Memberdayakan Koperasi dan UMKM menjadi pelaku ekonomi yang tangguh dan profesional dengan mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan untuk mencapai peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat.
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat dan dunia usaha dalam

rangka pemberdayaan Koperasi dan UMKM secara terpadu.

3. Meningkatkan sekaligus memberdayakan Koperasi dan UMKM melalui kesertaan dalam mengisi Klinik Koperasi UMKM yang sudah tersedia.

Uraian di Fatas menunjukkan bahwa Dinas Koperasi UMKM mempunyai kewajiban dan tanggung jawab untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dasumber daya yang ada di Kabupaten Bangkalan. Upaya pembinaan dan bimbingan kepada pengurus, pengawas dan anggota koperasi serta pelaku UMKM. Dinas Koperasi juga merasa perlu dan harus menyusun Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) sebagai parameter dan bahan evaluasi kinerja pelayanan Dinas Koperasi kepada masyarakat luas dan khususnya kepada pengurus, pengawas dan anggota koperasi serta pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan.

Oleh karena dalam rangka lebih mendorong tumbuh kembangnya usaha yang dikelola koperasi dan UMKM, maka Dinas ini telah menyediakan sarana dan prasarana *Klinik Koperasi dan UMKM*, dengan harapan mampu menyediakan layanan informasi tentang potensi dalam pengembangan bisnis koperasi dan UMKM agar potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia dapat dimanfaatkan dan dikembangkan secara optimal.

1.2 Dasar Hukum

a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah;

b. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik;

c. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi Sebagai Daerah Otonom (Lembaran Negara RI Tahun 2000 Nomor 54, Tambahan Negara RI Nomor 3952) ;

d. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perbaikan dan Peningkatan Mutu Pelayanan Aparatur Kepada Masyarakat;

e. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah;

f. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik ;

g. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : KEP/26/ /M.PAN/2004 tentang Petunjuk Teknis Transparansi dan Akuntabilitas Dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik ;

h. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : KEP/25/ /M.PAN/2/2003 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah

1.3 Maksud dan Tujuan

Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kinerja Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Bangkalan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik selanjutnya. Bagi masyarakat, Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dapat digunakan sebagai gambaran tentang kinerja pelayanan Dinas Koperasi UMKM

Kabupaten Bangkalan kepada masyarakat. Masyarakat juga memperoleh kesempatan menilai kinerja aparatur pemerintah sehingga apa yang dirasakan olehnya mendapat respon positif. Masyarakat selayaknya memperoleh pelayanan yang baik dan mau bekerja sama dengan aparatur pemerintah, sehingga dua sisi yang berbeda bisa menciptakan suasana yang harmonis demi terwujudnya cita-cita bangsa.

1.4 Ruang Lingkup

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Bangkalan meliputi ruang lingkupnya antara lain:

1. Pendirian, Penggabungan dan Pembubaran Koperasi
2. Pelayanan Penilaian Kesehatan KSP / USP Koperasi
3. Penilaian Klasifikasi Koperasi
4. Pelayanan Rekomendasi Pengajuan Bantuan Perkuatan Modal bagi Koperasi dan UMKM.
5. Penilaian keberadaan dan fungsi Klinik Koperasi UMKM yang ada di Kabupaten dan Kecamatan

1.5 Sasaran

Adapun yang menjadi obyek atau sasaran survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Unit Pelayanan Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Bangkalan adalah pengurus, pengawas dan anggota koperasi serta pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan.

II. METODOLOGI

2.1 Indikator Indeks Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan UU RI Nomor 25 Tahun 2009; tentang Pelayanan Publik, dan Kepmen PAN No 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah menetapkan sekurang-kurangnya 14 unsur penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat yang telah dianggap "relevan, valid dan reliabel" (sebagaimana berikut) ditambah dengan pelyanan Klinik Koperasi UMKM sehingga menjadi 15 unsur pelayanan, terdiri dari :

1. Prosedur Pelayanan (U1)

Kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari nisi kesederhanaan alur pelayanan.

2. Persyaratan Pelayanan (U2)

Persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanan

3. Kejelasan Petugas Pelayana (U3)

Keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya)

4. Kedisiplinan Petugas Pelayanan (U4)

Kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.

5. Tanggung Jawab Petugas Pelayanan (U5)

Kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.

6. Kemampuan Petugas Pelayanan (U6)

Tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.

7. Kecepatan Pelayanan

(U7)

Target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.

8. Keadilan Mendapatkan Pelayanan (U8)

Pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani.

9. Kesopanan dan Keramahan Petugas (U9)

Sikap dan petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.

10. Kewajaran Biaya Pelayanan (U10)

Keterjangkauan masyarakat terhadap besamya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan.

11. Kepastian Biaya Pelayanan (U11)

Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.

12. Kepastian Jadwal Pelayanan (U12)

Pelaksanaan waktu pelayanan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

13. Kenyamanan Lingkungan (U13)

Kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.

14. Keamanan Pelayanan (U14)

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.

15. Pelayanan Klinik Koperasi UMKM (U15)

Ketersediaan wacana pengembangan usaha Koperasi UMKM

2.2 Metode Analisis

Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kinerja Dinas Koperasi UMKM dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan sekaligus sebagai wahana penyerap aspirasi masyarakat baik yang berupa saran, harapan, sekaligus keluhan (komplain) terhadap pelayanan yang telah diberikan selama ini untuk dijadikan pedoman kebijakan, program dan strategi guna peningkatan pelayanan berikutnya.

Dalam penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) digunakan kuesioner (angket) sebagai alat (instrumen) pengumpulan Data Kepuasan Masyarakat penerima pelayanan yang dalam hal ini kepuasan pengurus, pengawas dan anggota koperasi serta pelaku UMKM.

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pengurus, pengawas dan anggota serta pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan yang tersebar dalam 18 Kecamatan. Bentuk jawaban kuesioner dari setiap unsur pelayanan secara umum mencerminkan tingkat kualitas pelayanan, yaitu dari yang sangat baik sampai dengan tidak baik.

- Untuk Kategori **Tidak Baik** mendapat Poin 1
- Untuk Kategori **Kurang Baik** mendapat Poin 2

- Untuk Kategori **Baik** mendapat Poin 3
- Untuk Kategori **Sangat Baik** mendapatt Poin 4

Responden dipilih secara acak di masing-masing pengurus, pengawas dan anggota koperasi serta pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan. Untuk memenuhi akurasi penyusunan Indeks, responden terpilih ditetapkan sebanyak 150 orang pengurus, pengawas dan anggota koperasi serta pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan dari jumlah populasi penerimaan pelayanan, dengan dasar jumlah unsur x 10; jelasnya 15 x 10 = 150 responden.

Responden berasal dari beberapa desa yang tersebar di 18 Kecamatan, kabupaten Bangkalan. Jumlah responden sebanyak 150 orang terdiri dari:

1. 70 Koperasi Wanita yang berasal dari 18 kecamatan di kabupaten Bangkalan,
2. 25 Koperasi yang tersebar di wilayah kabupaten Bangkalan,
3. 50 pelaku UMKM yang berasal dari 18 kecamatan di kabupaten Bangkalan.

Data isian kuesioner dari setiap responden dimasukkan ke dalam formulir 1 (U_1) sampai dengan unsur 15 (U_{15}).

Selanjutnya untuk mendapatkan nilai rata-rata per unsur pelayanan dan nilai unit pelayanan adalah sebagai berikut :

a) Nilai masing-masing unsur pelayanan dijumlahkan ke bawah sesuai dengan jumlah kuesioner yang diisi oleh responden, kemudian untuk mendapatkan nilai rata-rata (NRR) per unsur pelayanan, jumlah nilai masing-masing unsur pelayanan dibagi dengan jumlah responden yang mengisi.

b) Untuk mendapatkan nilai rata-rata (NRR) tertimbang per unsur pelayanan, jumlah nilai rata-rata per unsur pelayanan dinaikkan dengan 0,071 sebagai nilai bobot rata-rata tertimbang.

c) Untuk memperoleh nilai Indeks Unit Pelayanan dengan cara menjumlahkan nilai rata-rata tertimbang 15 unsur pelayanan yang dikaji.

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yaitu antara 25 – 100 maka hasil penilaian tersebut dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Unit Pelayanan x 25 sedangkan untuk menilai mutu pelayanan dan kinerja unit pelayanan bisa dilihat :

Tabel 3.1 Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Nilai Persepsi	Nilai Interval 1 KM	Nilai Internal Konversi 1 KM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
1	2	3	4	5
1	1,00 – 1,75	25 – 43,75	D	**Tidak Baik**
2	1,76 – 2,50	43,76 – 62,50	C	**Kurang Baik**
3	2,51 – 3,25	62,51 – 81,25	B	**Baik**
4	3,26 – 4,00	81,25 – 100,00	A	**Sangat Baik**

Sumber: Kepmen PAN no. 25/2004

Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dihitung dengan menggunakan "nilai rata-rata tertimbang" masing-masing unsur pelayanan. Dalam penghitungan Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap 15 variabel independen yang dikaji, setiap variabel independen memiliki penimbang yang sama dengan rumus (2) sebagai berikut:

$$\text{Bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah bobot}}{\text{Jumlah unsur}} = \frac{1}{14} = 0{,}07$$

Untuk memperoleh nilai IKM unit pelayanan digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus (3) sebagai berikut:

$$\text{IKM} = \frac{\text{Total nilai per unsur}}{\text{Total unsur yang terisi}} \times \text{Nilai penimb}$$

(3)

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM yaitu antara 25 - 100 maka hasil penilaian tersebut diatas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut,

IKM unit pelayanan = IKM X 25 …4

Setelah mengetahui nilai IKM, maka dapat diketahui kriteria kinerja unit pelayanan yang dapat dilihat pada tabel di atas.

IV. HASIL/TEMUAN

4.1. Indeks Kepuasan Masyarakat secara Umum

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan penilaian indeks kepuasan masyarakat, dimana dari hasil perhitungan didapat kriteria nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1 Posisi Nilai Pelayanan Publik Dinas Koperasi UMKM Bangkalan

Nilai Persepsi	Nilai Interval 1 KM	Nilai Internal Konversi 1 KM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
1	1,00 – 1,75	25 – 43,75	D	**Tidak Baik**
2	1,76 – 2,50	43,76 – 62,50	C	**Kurang Baik**
3	**2,51 – 3,25**	**62,51 – 81,25**	**B**	**Baik**
4	3,26 – 4,00	81,25 – 100,00	A	**Sangat Baik**

Sumber: IKM Dinas Koperasi UMKM Bangkalan 2012

Sementara dari hasil analisis statistik, diperoleh nilai *mean statisic* jawaban responden pelayanan yang dilaksanakan Dinas Koperasi UMKM Bangkalan sebagai berikut:

Tabel 4.2. NRR Setiap Unsur Pelayanan Dinas Koperasi UMKM Bangkalan

No	Unsur Pelayanan	NRR
1	Prosedur Pelayanan	2,86
2	Persyaratan Pelayanan	2,87
3	Kejelasan Petugas	2,87
4	Kedisiplinan Petugas	2,69

5	Tanggung Jawab Petugas	2,81
6	Kemampuan Petugas	2,89
7	Kecepatan Petugas	2,65
8	Keadilan Petugas	2,81
9	Kesopanan Petugas	2,89
10	Kewajaran Biaya	2,65
11	Kepastian Biaya	2,59
12	Kepastian Jadwal	2,71
13	Kenyamanan Lingkungan	2,88
14	Keamanan Pelayanan	2,95
15	Pelayanan Klinik	2,77

Sumber : Data Primer diolah, 2012

Dengan menggunakan teknik perhitungan Indeks Kepuasan Masyarakat, maka dihasilkan gambaran tentang posisi tingkat pelayanan serta persoalan-persoalan yang muncul dalam pelaksanaan pelayanan di Dinas Koperasi UMKM Bangkalan. Hasil pengukuran 1KM pada institusi ini menunjukkan perihal berikut:

1. Secara umum pelayanan yang diberikan kepada masyarakat masuk kedalam kriteria baik, hanya satu (1) unsur pelayanan yang mendekati kurang baik yaitu unsur kepastian biaya pelayanan.
2. Dari jenis pelayanan, maka unsur keamanan pelayanan pada institusi ini memperoleh nilai tertinggi dibandingkan dengan 14 unsur pelayanan yang lain. Selanjutnya diikuti oleh unsur kemampuan dan kesopanan petugas. Dengan kata lain, secara umum tingkat pelayanan publik yang dilakukan Dinas Koperasi UMKM Bangkalan sudah masuk dalam kategori Baik, dimana unsur pelayanan yang paling menonjol adalah unsur keamanan pelayanan. Perbedaan yang tipis dari semua unsur pelayanan yang diberikan institusi ini menunjukkan dalam kelompok kategori yang sama yaitu berkualifikasi ‘baik’ semua. Namun apabila ditelusuri dengan cermat, maka ditemukan adanya satu (1) unsur pelayanan yang mendekati rendah yaitu unsur kepastian biaya. Untuk yang jenis pelayanan ini perlu diperlakukan lebih hati-hati karena nilai yang dimiliki cukup mengkhawatirkan ke arah yang rendah atau kualifikasi kurang baik.

4.2. Indeks Kepuasan Masyarakat Menurut Jenis Pelayanan

Perbandingan tingkat kepuasan masyarakat pada jenis-jenis pelayanan yang diberikan perlu ditampilkan guna melihat bagaimana Kinerja pelayanan pada masing-masing jenis serta unit-unit pelayanan yang ada. Secara umum terlihat bahwa mutu layanan yang diberikan pada jenis-jenis pelayanan publik Dinas Koperasi UMKM Bngkalan sudah termasuk dalam katagori **"B",** yaitu kualitas kinerja dengan pelayanan "baik".

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat dikemukakan sebagai hasil dalam meneliti Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) selama kurun waktu dua (2) bulan adalah sebagai berikut :

1. Pelaksanaan pelayanan publik (*public service*) di Dinas Koperasi

UMKM Bangkalan secara umum mencerminkan tingkat kualitas yang baik. Hal ini terbukti ke-15 unsur pelayanan semua nilai rata-rata berada pada nilai persepsi 3.

2. Nilai IKM Dinas Koperasi UMKM Bangkalan setelah dikonversikan (70) berada pada interval 62,51 – 81,25. Ini dapat disimpulkan bahwa Kinerja Dinas Koperasi UMKM Bangkalan adalah baik.

3. Untuk bisa mewujudkan pelaksanaan pelayanan prima diperlukan komitmen untuk melaksanakan transparansi dan akuntabilitas, baik oleh pengambilan keputusan (*top manager*), pimpinan unit pelaksana dan pelaksana pelayanan publik, untuk selalu berupaya memberikan pelayanan secara cepat, tepat, murah, terbuka, sederhana, dan mudah dilaksanakan serta tidak diskriminatif. Di sisi lain pelanggan (masyarakat) diharapkan ikut membantu dalam arti melengkapi syarat berkas-berkas layanan serta tidak bersifat apatis terhadap upaya-upaya peningkatan pelayanan.

B. SARAN

Pemerintah Kabupaten Bangkalan diharapkan memberikan tindak lanjut atas hasil/temuan yang diperoleh dari kegiatan survei ini. Tim Survei IKM sudah melaksanakan survei dengan tingkat kehati-hatian yang sangat tinggi dan bekerja sama dengan unit independen dalam melaksanakan survei ke desa-desa di 18 kecamatan yang tersebar di wilayah kabupaten Bangkalan. Dengan adanya tim yang benar-benar independen, kapabel dan mempunyai kredibilitas akan menjamin hasil survey IKM yang betul-betul valid dan akuntabel. Selanjutnya, diharapkan survei yang akan datang lebih banyak lagi disajikan tambahan unsur pelayanan, sehingga menambah wawasan pengetahuan dan memperkuat kemantapan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik yang dilksanakan oleh aparatur pemerintah.

A. KETERBATASAN

Pelaksanaan survei IKM ini juga masih memiliki keterbatasan keterbatasan.

Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dijadikan untuk melakukan perbaikan pada penelitian mendatang. Adapun keterbatasan dalam pelaksanaan survei ini adalah karena responden merupakan pekerja dengan mobilitas tinggi yang menyebabkan tidak semua calon responden mau meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Disamping itu keterbatasan data koperasi dan pelaku UMKM yang valid sehingga cukup mengganggu akselerasi pengumpulan informasi di lapangan. Selanjutnya, keterbatasan penyusun dalam memberikan perluasan unsur pelayanan yang berdasar perundang-undangan sekurang-kurangnya meliputi 14 unsur, penyusun hanya mampu menambah satu (1) unsur yaitu unsur pelayanan Klinik Koperasi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

1. Dessler, Garry. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Indeks

2. Dewi Setyawati. 2006. "Kajian Indeks Kepuasan Masyarakat Kota Bogor"

3. Djoko Subroto dan Zulian Yamit. 2004. "Pengaruh Kinerja Pelayanan Aparatur Kepolisian

terhadap Kepuasan masyarakat". SINERGI Vol. 7 No. 1, 2004
4. Fardhani, Hrentama dan Muji Rahardjo. 2008. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Semarang, FE-Undip
5. Fuad Mas'ud. 2004. Survai Diagnosis Organisasional. Semarang: BP Undip
6. Giri Cahyono. 2008. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat". Tesis, Universitas Terbuka
7. H.A.S Moenir. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara
8. Ismail Mohammad. 2003. "Pelayanan Publik Dalam Era Desentralisasi". Paperdisampaikan dalam Seminar "Pelayanan Publik Dalam Era Desentralisasi" oleh Bappenas, 18 Desember 2003
9. J.P.G Sianipar. 1999. Manajemen Pelayanan Publik. Jakarta: LAN
10. J. Supranto. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta
11. Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks
12. Kotler, Philip dan Armstrong. 2003. Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.
13. LPM Universitas Brawijaya. 2005. "Survey Indeks Kepuasan Masyarakat-DLLAJ Provinsi Jawa Timur"
14. LSM Krisis. 2008. "studi penyusunan IKM dan implementasi SPM Kota Semarang tahun 2006 dan 2007"
15. Luthans, Fred. 2006. Perilaku Organisasi. Jakarta: Andi
16. Mahmudi. 2007. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
17. Mangkunegara, Anwar P. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung: Renaja Rosdakarya
18. Mathis, Robert L. dan John H. Jackson. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat
19. Munjiati Munawaroh. 2000. "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta". Jurnal Siasat Bisnis No. 5 Vol. 2, tahun 2000
20. Nur Setyaningsih. 2008. "Analisis Kepuasan Masyarakat di SAMSAT Kabupaten Sragen". Semarang
21. Oktavia, Arisandi. 2004. "Penjabaran Konsep Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik". Tesis, Universitas Gajah Mada
22. Prijo Anggoro. 2002. "Kinerja Pegawai Unit Pelayanan Terpadu Kota Semarang".Tesis, Universitas Diponegoro
23. Rachmadi. 2008. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat inap Kelas III di RSUD Kabupaten Karimun". Tesis, Universitas Terbuka
24. Robbins, Stephen P. 2007. Perilaku Organisasi. Jakarta: Indeks.
25. Siagian,Sondang P. 2001. Administrasi Pembangunan: Konsep, Dimensi dan Strateginya. Jakarta: Bumi Aksara.
26. -------- . 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara

27. Sinambela, Lijan Poltak. 2007. Reformasi Pelayanan Publik : Teori, Kebijakan, dan Implementasi. Jakarta: Bumi Aksara
28. Suryo Supraptono. 1998. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Dr. MURJANI". Tesis, Universitas Gajah Mada
29. Susilo Martoyo. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE
30. Winardi. 1990. Manajemen Perkantoran Dan Pengawasan. Bandung: Mandar Maju
31. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional.
32. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
33. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah
34. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

INDUSTRIAL VILLAGE DEVELOPMENT (VILLAGE DEVELOPMENT MODEL BASED ON CORE COMPETENCE)

Yasnimar Ilyas[1)]
Desi Harsanti[1)]
Resista Vikaliana[1)]
E-mail : stiedewantara@yahoo.co.id
desipinuji@gmail.com
resistav@yahoo.co.id
[1)]STIE DEWANTARA

ABSTRACT

Industrial village development is an alternative to boost community economical empowerment. Desa Citapen Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor has chance to develop industrial village model because of its potential resources. This model may help farmers of Desa Citapen gain added value from commodites produced.

The aim of this research is to formulate strategy on developing industrial village. By core competence model and qualitative method, five competencies have identified as village competencies. They are quality of commodities produced, internal management system, farmer's skill, production tools, and potential market.Based on those competences we propose 3 (three) business units in order to develope industrial village. They are fresh agribussiness comodities, processed agribussiness comodities and agribusiness training.

Keywords: *industrial village development, core competence model, qualitative method, Desa Citapen.*

ABSTRAK

Salah satu fokus dari UU No. 17 tahun 2007 adalah pemihakan (*affirmative action*) terhadap indrustrialisasi dan modernisasi ekonomi perdesaan. Sebagai konsekuensi logis, diharapkan perekonomian desa dapat berkembang sesuai kompetensi inti yang dimilikinya. Fokus pada kompetensi inti akan membuat penggunaan sumber daya menjadi lebih efektif dan efisien. Dengan demikian diharapkan akan terbentuk keunggulan kompetitif yang yang menjadi syarat mutlak untuk bersaing dalam lingkungan industri yang terus berubah. Pengembangan desa industri dapat menjadi sebuah alternatif percepatan industrialisasi dan modernisasi ekonomi desa. Desa akan menjadi pusat pengembangan perekonomian dengan sarana dan prasarana penunjang aktivitas perekonomian yang sama dengan kota, meskipun dengan skala fisik yang lebih kecil. Target dari proses ini mengubah mental masyarakat desa dan petani menjadi industrial, artinya memiliki orientasi industri. Sebagai objek pada penelitian ini adalah Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor.Desa ini dipilih karena keunggulannya dalam bidang pertanian. Dengan karakteristik wilayah yang cocok untuk berbagai tanaman terutama hortikultura dan letaknya yang strategis, produk pertanian Desa Citapen merupakan produk unggulan baik dari mutu dan kesegarannya. Selain itu, adanya peran strategis kelompok-kelompok taniyang bergabung dalam Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) Rukun Tani.Gapoktan ini mengelola pola produksi pertanian di Desa Citapen mulai dari pola tanam, penyediaan bibit hingga penyaluran hasil pertanian. Metode penelitian yang dipakai bersifat kualitatif dengan menggunakan Model Kompetensi Inti. Konsep ini muncul pada era tahun 1980 dan dipopulerkan oleh Hamel dan Prahalad. Kompetensi inti merupakan suatu ciri khusus yang ditunjukan oleh suatu perusahaan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan pada tingkat relatif lebih tinggi dari pesaing. Oleh karenanya kompetensi ini merupakan sumber keunggulan bersaing dalam arti ia unik dalam segi daya saing yang memberi kontribusi manfaat bagi pelanggan. Hasil penelitian mengidentifikasi sumber daya desa ke dalam sumber daya *tangible* dan *intangible*. Sumber daya *tangible* terdiri dari sumber daya manusia, karakteristik tanah dan iklim Desa Citapen, komoditi, dan modal. Sedangkan untuk menganalis sumber daya intangible, dibagi ke dalam faktor teknologi, reputasi dan budaya. Dari hasil analisis sumber daya tangible dan intangible, teridentifikasi lima kompetensi inti Desa Citapen, yakni: Keunggulan

komoditi, sistem manajemen internal, keterampilan petani, bahan dan sarana produksi, potensi pasar
Dari lima kompetensi inti tersebut, berikut tiga unit usaha yang dapat dikembangkan di Desa Citapen, yaitu:
1. Usaha Produk pertanian segar. Unit usaha ini diusulkan berdasarkan internal, keterampilan petani, bahan dan sarana produksi pertanian dan potensi pasar.
2. Usaha Produk pertanian olahan. Usulkan ini berdasarkan kompetensi yang dimiliki Desa Citapen yaitu keunggulan komoditi, sistem manajemen internal, bahan dan sarana produksi pertanian dan potensi pasar.
3. Usaha Pelatihan agribisnis. Hal ini didasarkan pada kompetensi inti yang dimilikinya, yaitu keunggulan komoditi, sistem manajemen internal, keterampilan petani dan potensi pasar.
Kata kunci: pengembangan desa industri, model kompetensi inti, metode kualitatif, Desa Citapen

I. PENDAHULUAN

Salah satu fokus dari UU No. 17 tahun 2007 adalah pemihakan (*affirmative action*) terhadap indrustrialisasi dan modernisasi ekonomi perdesaan. Pengembangan desa industri dapat menjadi sebuah alternatif percepatan industrialisasi dan modernisasi ekonomi desa. Desa akan menjadi pusat pengembangan perekonomian dengan sarana dan prasarana penunjang aktivitas perekonomian yang sama dengan kota, meskipun dengan skala fisik yang lebih kecil. Target dari proses ini mengubah mental masyarakat desa dan petani menjadi industrial, artinya memiliki orientasi industri. Selanjutnya, penguatan industri agar tetap eksis harus menggunakan pola terintegrasi melibatkan industri besar menengah kecil, pemasok, distributor dan akses pasar.Tujuannya meningkatkan keterkaitan dan efisiensi industri serta pengendalian mutu untuk memacu daya saing pasar.

Sebagai objek pada penelitian ini adalah Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor.Desa ini dipilih karena keunggulannya dalam bidang pertanian. Dengan karakteristik wilayah yang cocok untuk berbagai tanaman terutama hortikultura dan letaknya yang strategis di jalur Puncak Bogor, produk pertanian Desa Citapen merupakan produk unggulan baik dari mutu dan kesegarannya.

Selain itu, adanya peran strategis kelompok-kelompok taniyang bergabung dalam Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) Rukun Tani.Gapoktan ini mengelola pola produksi pertanian di Desa Citapen mulai dari pola tanam, penyediaan bibit hingga penyaluran hasil pertanian.

II. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN TAHUN KE 1

Beberapa hal yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah (1) Teridentifikasinya kompetensi inti dimiliki oleh desa objek penelitian. (2) Tersusunnya formulasi strategis yang adaptif berdasarkan kompetensi inti yang dimiliki desa objek penelitian.

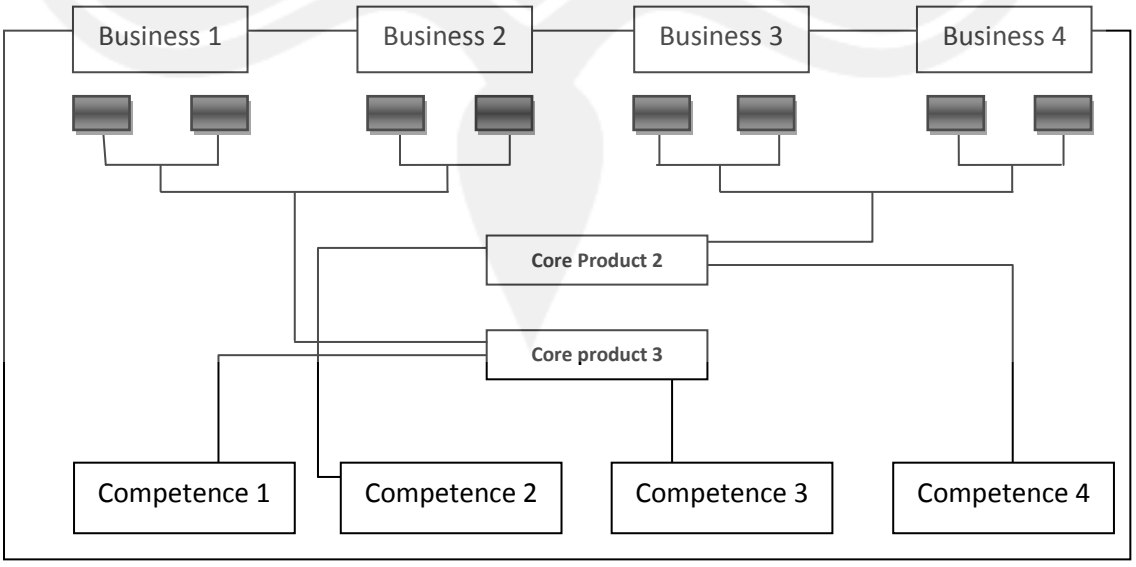
III. TINJAUAN PUSTAKA

Kompetensi Inti merupakan konsep yang muncul pada era tahun 1980 dan dipopulerkan oleh Hamel dan Prahalad. Kompetensi ini merupakan suatu ciri khusus yang ditunjukan oleh suatu perusahaan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan pada tingkat relatif lebih tinggi dari pesaing.

Pada prinsipnya kompetensi inti yang dimiliki perusahaan meliputi kapabilitas yang berhubungan dan teknologi dan proses yang keahliannya diperoleh dari hasil belajar (Prahalad, 1993). Dan yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa kompetensi inti dapat menjadikan pesaing sulit menirunya, karena yang dikembangkan bukan model produknya akan tetapi lebih ditekankan kepada pola koordinasi internal antara keterampilan, *production skill* dan teknologi.

Jika dianalogikan perusahaan sebagai pohon, maka kompetensi inti merupakan akar yang menumbuhkan segala aktivitas untuk kelanggengan hidup perusahaan tersebut. Perusahaan tumbuh dari kompetensi inti sebagai akarnya, kompetensi inti menghidupi produk intinya dan menimbulkan unit bisnis yang menghasilkan produk akhir sebagai buahnya. Untuk lebih jelasnya terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Competencies : The Roots of Competitive



Sumber. Prahalad & Hamel. 1990

Untuk menggali dan mengembangkan kompetensi inti, perusahaan harus melakukan identifikasi secara cermat dan teliti serta berwawasan masa depan agar dapat digunakan secara efektif sebagai strategi langgeng.

Analisis sumberdaya dan kemampuan berfungsi sebagai kerangka kerja dalam melakukan proses identifikasi sumberdaya dan kompetensi. Hal pertama yang harus dilakukan adalah dengan menganalisis sumber daya. Analisis sumberdaya berfokus kepada dua hal penting yaitu :

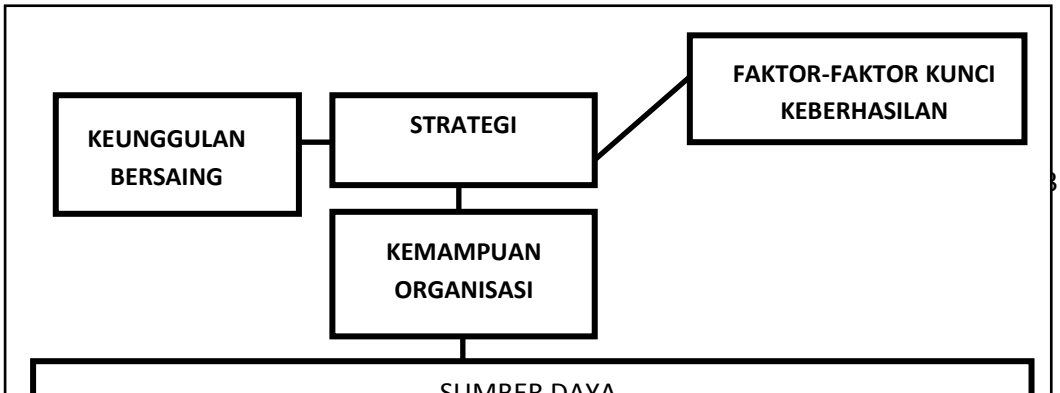
1. Analisis sumberdaya organisasi yang terdiri dari sumberdaya nyata, tidak nyata dan sumberdaya manusia.
2. Menganalisis bagaimana organisasi dapat menciptakan keunggulan bersaing dan harus diperhatikan bagaimana sumberdaya-sumberdaya saling bekerjasama agar tercipta suatu kemampuan.

Langkah selanjutnya yang perlu dilakukan sebelum organisasi menentukan serta mengidentifikasi kemampuan yang menjadi inti (*core*) adalah analisa mendalam untuk mengidentifikasi kemampuan-kemampuan yang dimiliki organisasi. Menurut Robert Grand (1995), analisa identifikasi kemampuan dapat dilakukan dengan pendekatan fungsional atau pendekatan rantai nilai.

Pendekatan fungsional menentukan kemampuan perusahaan secara relatif terhadap fungsi-fungsi utama perusahaan seperti : pemasaran, keuangan dan akunting, produksi, sumber daya manusia, organisasi dan manajemen umum. Sedangkan konsep rantai nilai yang dikembangkan oleh Michael Porter dalam memandang secara sistematik serangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk melayani pelanggan.

Sedangkan karakteristik lainya kompetensi inti adalah pertumbuhannya lambat melalui *colective learning* dan *information sharing*. Dan akan tumbuh pada perusahaan dimana sumberdaya yang ada dalam perusahaan saling mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Kesatuan sumberdaya ini mampu memunculkan kompetensi inti yang pada akhirnya melahirkan keunggulan perusahaan. Pada pendekatan strategi berdasarkan kompetensi perlu pengertian mengenai hubungan antara sumberdaya, , kompetensi inti dan keunggulan bersaing. Kerangka hubungan antara sumberdaya, kompetensi dan keunggulan bersaing seperti Gambar 2.

Gambar 2. Hubungan Sumberdaya, Kemampuan dan Keunggulan Bersaing



Sumber: Robert Grant (1995)

Agar perspektif kompetensi inti mengakar dalam suatu organisasi seluruh tim manajemen harus memahami dan berpartisipasi sepenuhnya dalam beberapa tugas manajemen kompetensi pokok yaitu, mengidentifikasi kompetensi-kompetensi yang ada, menetapkan agenda perolehan kompetensi, membangun kompetensi inti, menyebarluaskan kompetensi inti, melindungi dan mempertahankan kompetensi inti (Prahal

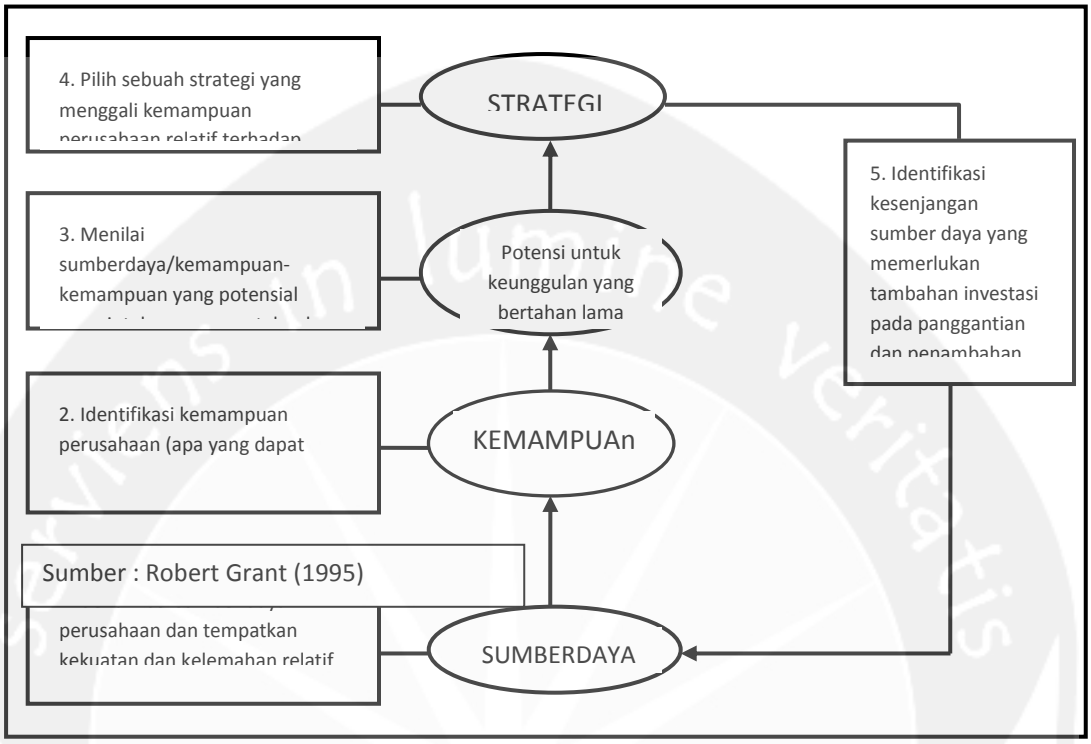
Model kompetensi inti akan dapat memberikan keunggulan kompetitif terus menerus yang selaras dengan dinamika perubahan lingkungan. Oleh karnanya diperlukan suatu keahlian mendasari produk dan jasa harus senantiasa dikembangkan.

Untuk menjadi perusahaan yang dapat menyesuaikan diri dengan masa depan, maka perusahaan harus dapat merumuskan kompetensi baru yang diperlukan dan inisiatif jangka panjang yang harus ditempuh (Prahalad, 1994). Untuk mencapai masa depan yang paling dulu, managemen puncak harus melihat peluang-peluang yang tidak dilihat oleh tim puncak lainnya. Atau harus mampu memanfaatkan peluang-peluang melalui pembinaan kapabilitas yang konsisten dan selangkah didepan dari yang tidak mampu dilakukan perusahaan lain.

IV. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dan pada beberapa tahap dilakukan penelitian aksi partisipatif (*participatory action research*). Pada tahap partisipatif, penelitian dilakukan baik oleh peneliti maupun objek yang diteliti secara bersama, yang meliputi perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengamatan, serta evaluasi hasil penelitian. Sedangkan kerangka kerja untuk melakukan penelitian ini terlihat dalam Gambar 3.

Gambar 3. Kerangka kerja untuk analisis Sumberdaya & Kemampuan



Berdasarkan kerangka kerja di atas, langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai mana terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Langkah-langkah Penelitian, Luaran dan Indikator

No	Langkah Penelitian	Luaran	Indikator
1	Pengumpulan data tentang Desa Wiragati sebagai *benchmark* desa industri.	Laporan yang komprehensif tentang pembentukan desa industri baik dari data primer maupun data sekunder	• Tersedianya informasi yang akurat tentang faktor-faktor internal dan eksternal • Strategi pembentukan desa industri • Implementasi strategi
2	Mengidentifikasi sumber daya Desa Citapen	Laporan riil kondisi sumber daya keuangan, fisik, SDM dan produksi	Tersedianya informasi yang akurat tentang kondisi sumber

			daya desa
3	Mengidentifikasi kemampuan desa dalam mengembangkan perkonomian Desa Citapen	Data potensi sumber daya *tangible* dan *intangible* yang dimiliki desa	• Tersedianya data yang akurat tentang potensi pengembangan sumber daya • Terlibatnya kemampuan SDM untuk pengembangan desa industri
4	Menganalisis potensi desa yang dapat dijadikan kompetensi inti Desa Citapen	Laporan tentang potensi-potensi desa yang dapat dikembangkan menjadi kompetensi inti	Tersedianya informasi tentang potensi-potensi desa yang dapat dijadikan kompetensi inti.
5	Pemilihan satu potensi untuk dijadikan kompetensi inti Desa Citapen	Laporan tentang kompetensi inti desa	Tersedianya informasi pendukung pengembangan kompetensi inti desa
6	Memilih strategi dengan cara mengoptimalkan faktor internal untuk menghadapi lingkungan eksternal Desa Citapen	Formulasi strategi untuk mengembangkan kompetensi inti untuk menjadi sebuah keunggulan bersaing.	Terbentuknya sebuah formulasi strategis yang dapat diimplementasikan secara sinergis untuk terbentuknya desa industri.
7	Sosialisasi	• *Mindset* industri dari penduduk Desa Citapen • Model pengembangan desa berbasis kompetensi inti	• Terbentuknya mindset industri dari penduduk desa Citapen • Terbentuknya sebuah model pengembangan

			desa yang dapat diterapkan di desa-desa lainnya.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sumber Daya Terlihat / *Tangible Assets* Desa Citapen, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor

A. Sumber Daya Manusia

Jumlah penduduk Desa Citapen adalah 8.491 orang yang terdiri dari 4.481 orang laki-laki dan 4.410 orang perempuan. Penduduk produktif adalah sebanyak 2.093 orang laki-laki dan 1792 orang perempuan. Tingkat pendidikan sebagian besar angkatan kerja adalah tamatan SD sebanyak 1.899 orang, disusul dengan 783 orang tamat SMP, 618 orang tidak tamat SD, 493 orang berpendidikan SLTA dan hanya 45 orang yang mengenyam pendidikan di perguruan tinggi.

Jumlah Kepala Keluarga (KK) adalah 2.105 dan jumlah KK Tani 1.684 KK atau sekitar 80% dari KK yang ada, bermatapencaharian di sektor pertanian. Dari jumlah tersebut hanya 710 orang yang memiliki lahan sendiri, sisanya adalah buruh tani.

B. Karakteristik Tanah dan Iklim Desa Citapen

Wilayah desa Citapen berada pada ketinggian tempat antara 450 m dpl sampai dengan 800 mdpl.Drainase baik dan sangat cocok untuk diusahakan berbagai jenis tanaman pangan, hortikultura dan juga pemeliharaan ternak. Selain itu, wilayah Desa Citapen pun beriklim tropis/basah dengan suhu rata – rata antara 20^{o}C sampai 32^{o}C dengan keasaman tanah (pH) antara 4,5 sampai 7. Kelembaban rata-rata 80,6% Menurut ekosistem yang ada, pemanfaatan lahan sawah dan darat bisa ditanami sepanjang tahun/tidak ada lahan bera. Jenis tanah latosol, andosol, inseptisol pun cocok untuk ditanami berbagai komoditi tanaman.

C. Komoditi

Komoditi yang dikembangkan di Desa Citapen berkisar pada produk-produk pertanian, peternakan dan pengolahan produk mentah.Seperti terlihat pada Tabel 3. Untuk produk pertanian, volume produksi pertahun terbesar adalah padi sawah sebanyak 1.950 ton namun hanya dipasarkan di pasar lokal saja. Komoditas lain dengan volume produksi cukup besar adalah timun sebesar 525 ton/tahun. Disusul dengan caisim dan jagung manis masing-masing sebanyak 200 ton/tahun. Komoditas yang paling akhir dikemangkan di Desa Citapen adalah cabai keriting dan tomat.Dari keseluruhan komoditas pertanian tersebut, cabai keriting memiliki margin keuntungan yang cukup besar, terutama jika didukung oleh pola tanam yang tepat (Tabel 3).

Untuk komoditi peternakan, volume produksi kelinci merupakan yang terbesar di antara komoditi peternakan lainnya.Namun peternak di desa Citapen hanya memiliki kompetensi untuk membudidayakan saja. Kemampuan untuk menembus jalur distribusi belum dimiliki oleh para peternak.

Hal yang berbeda terjadi pada pengolahan produk mentah, dalam

hal ini pisang.Usaha sale pisang sudah dikembangkan masyarakat sejak tahun 2001. Namun usaha ini sulit untuk dijadikan komoditi unggulan karena bahan baku pisang harus didatangkan dari daerah Lampung. Pisang yang diproduksi di Desa Citapen selain kurang cocok untuk dibuat sale pisang juga harganya lebih mahal.

Tabel 3. Komoditi Pertanian Desa Citapen Tahun 2009

No	Jenis Usaha	Skala Usaha Pertahun (Ha/Ekor)	Produk-tivitas (Kw)	Produksi / Volume Pertahun (Ton)	Pemasaran			Lama Berusaha
					Volume (Ton/ Ekor)	Lokasi	Peluang	
Pertanian								
1	Padi Sawah	300	65	1.950	1.950	Pasar lokal	-	-
2	Jagung manis	20	100	200	200	Pasar TU Kemang	Supermarket	1997
3	Cabai keriting	10	80	80	80	Sda	Supermarket	2001
4	Tomat	5	200	100	100	Sda	Supermarket	2001
5	Buncis	8	100	80	80	Sda	-	1997
6	Kc. Panjang	5	100	50	50	Sda	-	1997
7	Timun	15	350	525	525	Sda	Supermarket	1997
8	Pakcoy	3	200	60	60	Sda	Supermarket	1997
9	Caisim	10	200	200	200	Sda	Supermarket	1997
10	Terung	4	350	140	140	Sda	Supermarket	2000
Peternakan								
14	Sapi	25 ekor		25	25	Dijual di tempat	-	2008
15	Kambing/ Domba	300 ekor		300	300	Dijual di tempat	-	1997
16	Kelinci	1000 ekor		1000	1000	Dijual di	Luar Daerah	2007

						tempa t		
Pengolahan Sale Pisang								
16	Sale Pisang	6 ton		6	6	Dijual di tempa t	-	2001

Sumber : Profil Gapoktan Rukun Tani, 2010

D. Modal

Sumber modal untuk budidaya pertanian didapat dari swadaya, pinjaman dari bank dan bantuan dari pemerintah.Sumber modal terbesar adalah bantuan dari pemerintah sebanyak Rp. 435.664.000. Bantuan ini dikelola dengan system dana bergulir sehingga manfaatnya dirasakan oleh petani terutama yang menjadi anggota Gapoktan.

2. Sumber Daya Tak Terlihat/ *Intangible Assets*Desa Citapen, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor

Untuk memperkaya referensi penelitian, maka langkah pertama dalam melakukan analisis sumber daya adalah dengan melakukan observasi dan penyebaran kuesioner kepada 5 (lima) orang responden yang dipilih secara *purposive.* Kelima responden ini dianggap memiliki pengetahuan yang mendalam tentang objek penelitian ini, terdiri dari :

1. Camat Ciawi Kabupaten Bogor
2. Kepala Desa Citapen Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor
3. Ketua Gabungan Kelompok Tani Rukun Tani Desa Citapen Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor
4. Sekretaris Gabungan Kelompok Tani Rukun Tani Desa Citapen Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor
5. Petugas Penyuluh Lapangan

Kuesioner berisi faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi pengembangan kompetensi inti Desa Citapen. Faktor-faktor tersebut terbagi atas faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Dari jawaban para responden, menunjukkan bahwa lingkungan eksternal yang dihadapi Desa Citapen dapat mendukung pengembangan kompetensi inti Desa Citapen. Faktor peluang yang yang dianggap cukup baik direspon oleh Desa Citapen adalah sebagai berikut.

1. Bantuan dana dari pemerintah
2. Program-program pemerintah
3. Peranan institusi pendidikan
4. Dukungan aparat pemerintah setempat
5. Kebutuhan pasar dalam dan luar negeri yang tinggi

Sedangkan faktor eksternal yang dianggap menjadi ancaman yang cukup berbahaya karena dianggap sulit ditanggulangi adalah sebagai berikut.

1. Pasar bebas
2. Fluktuasi pasar hortikultura
3. Ketergantungan terhadap iklim

4. Perubahan fungsi lahan pertanian produktif menjadi lahan non pertanian.

Dari hasil jawaban para responden mengenai faktor internal Desa Citapen, usaha pengembangan desa industri saat ini sudah baik dalam mengatasi kelemahannya dan mengoptimalkan kekuatannya. Untuk faktor kekuatan yang paling menonjol adalah sebagai berikut.

1. Lokasi yang strategis
2. Citra hasil hortikultura yang baik
3. Organisasi petani yang terstruktur (adanya gabungan kelompok tani)

Sedangkan berdasarkan penilaian responden, faktor internal yang menjadi kelemahan utama pengembangan desa industri adalah :

1. Keterampilan pasca panen
2. Kemampuan mengolah produk hortikultura menjadi produk olahan
3. Belum adanya manajemen persediaan produk pertanian

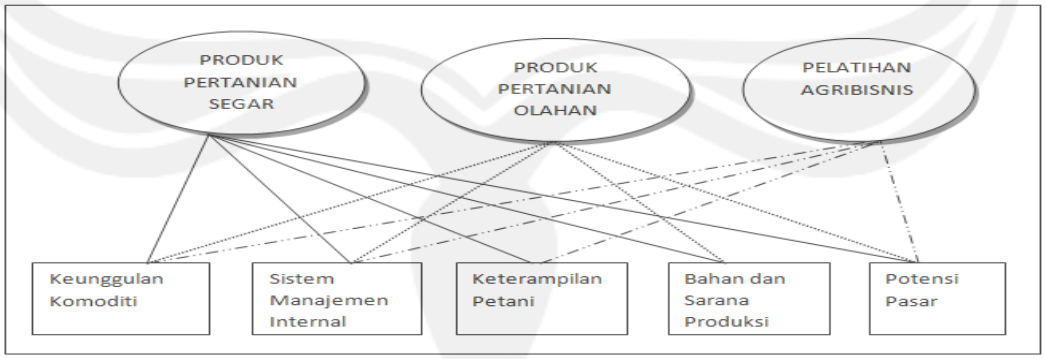
3. Model Kompetensi Inti

Dari hasil analisis di atas mengenai desa industri, peneliti enggunakan model kompetensi inti untuk mengidentifikasi kompetensi inti yang dimiliki oleh Desa Citapen. Hasil identifikasi menunjukkan lima kompetensi inti yang dimiliki oleh Desa Citapen, yaitu:

1. Keunggulan komoditi
2. Sistem manajemen internal
3. Keterampilan petani
4. Bahan dan sarana produksi
5. Potensi pasar

Model kompetensi inti tersebut terlihat pada Gambar 3.

Gambar 3.
Model Kompetensi Inti Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor



Identifikasi beberapa unit usaha yang dapat dibentuk adalah:

1. Usaha Produk Pertanian Segar.

Unit usaha ini diusulkan berdasarkan kompetensi-kompetensi sebagai berikut :

- Keunggulan komoditi.
- Sistem manajemen internal.
- Keterampilan petani
- Bahan dan sarana produksi pertanian.

- Potensi pasar.

2. Usaha Produk Pertanian Olahan

Meski produk olahan belum menjadi prioritas masyarakat, namun unit usaha ini tetap kami usulkan berdasarkan kompetensi yang dimiliki Desa Citapen yaitu sebagai berikut.

- Keunggulan komoditi
- Sistem manajemen internal. .
- Potensi pasar

3. Usaha Pelatihan Agribisnis

Hal ini didasarkan pada kompetensi inti yang dimilikinya, yaitu sebagai berikut.

- Keunggulan komoditi.
- Sistem manajemen internal.
- Keterampilan petani.
- Potensi pasar.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari tujuan dan tahapan penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Dari penelitian ini, sumber daya terlihat Desa Citapen dalam pengembangan desa industri adalah:
   - Sumber Daya Manusia berjumlah 3885 orang/ 45,75 persen dari jumlah penduduk (8441 orang) adalah angkatan kerja
   - Karakteristik Tanah dan Iklim di Desa Citapen mendukung budidaya komoditi agribisnis, khususnya hortikultura.
   - Komoditi terbesar yang dihasilkan oleh Desa Citapen adalah timun sebesar 525 ton per tahun, namun komoditi yang menjadi favorit petani adalah cabe dan tomat. Hal ini disebabkan karena budidaya cabe dan tomat menghasilkan margin keuntungan yang besar.
   - Modal untuk budidaya pertanian diperoleh dari bantuan pemerintah sebesar Rp 435.664.000,00 yang dikelola dengan sistem dana bergulir, sehingga pada tahun 2012 berkembang menjadi Rp 700.000.000,00.
2. Sumber daya tak terlihat Desa Citapen dalam pengembangan desa industri adalah lokasi strategis, citra hasil hortikultura yang baik dan organisasi petani yang terstruktur.
3. Dari sumber daya internal yang dimiliki oleh Desa Citapen, teridentifikasi lima kompetensi dari Desa Citapen yaitu:
   1) Keunggulan komoditi
   2) Sistem manajemen internal
   3) Keterampilan petani
   4) Bahan dan sarana produksi
   5) Potensi pasar
4. Dari kompetensi di atas, jenis usaha yang direkomendasikan untuk dikembangkan di Desa Citapen dalam rangka membentuk desa industri adalah:
   1) Produk pertanian segar
   2) Produk pertanian olahan
   3) Pelatihan agribisnis

DAFTAR PUSTAKA

David, F.R. 1998. Concepts of Strategic Management. Seventh Edition. Prentice Hall. New Jersey.

Glueck, W.F. and Jauch, L.R. 1998. Business Policy and Strategic Management. Fourth Edition. McGraw Hill Co.

Hamel, G. and Prahalad, C.K. 1994. Competing For the Future. Harvard Business School Press. Boston.

Hunger, J. D dan T. L. Wheelen. 2003. Manajemen Strategik. Andi, Yogyakarta.

Pearce dan Robinson. 1997. Manajemen Strategik. Terjemahan. Bina Rupa Aksara, Jakarta.
Porter, M.E. 1980. Competitive Strategy : Techniques For Analyzing Industries Competitors. A Division of Macmillan Publishing Co. Inc. USA
Umar, H. 2003. Strategic Management in Action. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

UTILIZATION OF HAJI FLIGHT TO EXPORT PRODUCTS OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs)

Achmad Abidin Ishak
E-mail : abidin.ishak@yahoo.co.id
Dosen Tetap Universitas Narotama Surabaya

ABSTRACT

Asia is one of faster growing regions within the global air transport market since the 1990s, air cargo volume in the region have increased dramatically. In response to this trend, many Asian countries have opened new airport or expanded existing air cargo facilities to accommodate more cargo and to be developed as a regional air logistics hub. The paper presents an export development analysis of micro,small and medium entreprises (MSMEs) in East Java Province. The issues are expected to be discussed are : MSMEs products export and air cargo handling of Hajj Flight. Utilization of Hajj Flight will greatly help reduce the burden of the cost of freight /MSMEs exports. The paper will attempt to briefly look at present export trend and consciously guide exports into the awareness of great opportunities around them. Similarly, the paper will show the cargo handling roles and procedures in order to exports to appreciate the impact of air transport in their business. Exporting is a process of earning

profits by selling products services in foreign markets. To identify current situation and facing problem of SMEs cargo, several factors such as cost, infrastructure, customs, and air transport policies, are reviewed. The analysis includes various role players such as forwarders, airlines, customs office, airport authorities, and government. Air transport is a vital component of many international logistics networks, essential to manage and control the flow of goods, information and other resources like products, services, and people, from the source of production to the market place. It is difficult or nearly impossible to accomplish any international trading global export process, international repositioning of manufacturing products, without a professional logistical supports. In involves the integration of information transportation, inventory, warehousing material handling and packaging. The operating responsibility of logistics is the geographical repositioning of raw materials or products, work in process, and finished goods where required at the lowest cost possible. Larger cargo airlines tend to use new or recently built aircraft to carry their freight. Juanda International Airport is the international airport which services Surabaya City. PT (Persero) Angkasa Pura I is one of body state owned Enterprises (Badan Usaha Milik Negara) of Communication Department, which is active in managing and enterprising airport service in Indonesia. The company missions is to carry out the management of airport exploiting and its surroundings well and innovatively. The airport can serve 6 million passengers and 120000 cargo tons every year, one of airport revenues are arises from cargo area and industrial rentals. The expansions of such revenues to maximize their value to the airport is a principal task of airport management. Management at Juanda International Airport Surabaya , is aggressively promoting the airport's cargo business and undertaking and building campaign to handle of cargo . The cargo sector is viewed as an important component of their economy, and international cargo handling are include separate terminal, warehousing, and other related facilities, and by all stakeholders. The support expected to come from business associations, colleges, related agencies in the area government in East Java. More over, government policy is encourage the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs).In this study using analytical methods of evaluation of the facilities of air cargo handling, warehouse with the requirements that must be used, as the international Airport or Hajj flight. Operation procedure of air cargo, it also to be known and analyzed. Data used is primary and secondary data. Primary data obtained field surveys, while secondary data obtained from various publication sources.

***Keywords** : Export opportunities, hajj flight, air cargo handling, government regulation, cheap price transport.*

ABSTRAK

Asia adalah salah satu kawasan yang tumbuh lebih cepat dalam pasar transportasi udara global sejak tahun 1990-an, Volume kargo udara di wilayah ini telah meningkat secara dramatis. Menanggapi kecendrungan ini, banyak negara Asia

telah membuka bandar udaranya atau setidaknya mengembangkan fasilitas kargo udara untuk mengakomodasi peningkatan angkutan kargo dan untuk dikembangkan sebagai pusat logistik udara pengumpul/ regional. Makalah ini menyajikan analisis pengembangan eksport produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Propinsi Jawa Timur. Isu-isu akan dibahas adalah: ekspor produk UMKM dan penanganan kargo udara dengan menggunakan jasa penerbangan haji. Pemanfaatan jasa Penerbangan Haji akan membantu mengurangi beban biaya angkut /transpor. Makalah ini juga mencoba untuk melihat kecendrungan ekspor saat ini, dan pada akhirnya disadari bahwa kegiatan ekspor ini merupakan peluang besar bagi mereka. Penelitian juga akan menunjukkan peran penanganan kargo dan prosedur ekspornya sebagai suatu dampak transportasi udara yang terkait dengan bisnis mereka. Ekspor adalah proses mendapatkan keuntungan dengan menjual jasa produk di pasar luar negeri. Untuk mengidentifikasi situasi saat ini dan menghadapi masalah kargo UMKM, beberapa faktor seperti biaya, infrastruktur, adat istiadat, dan kebijakan transportasi udara,perlu menjadi perhatian. Analisis terkait dengan berbagai pihak seperti forwarder, maskapai penerbangan, kantor pabean, otoritas bandar udara, dan pemerintah. Transportasi udara adalah komponen penting dari banyak jaringan logistik internasional, berperan untuk mengelola dan mengendalikan arus barang, informasi dan sumber daya lainnya seperti produk, jasa, dan orang-orang, dari sumber produksi ke pasar. Hal ini sulit atau hampir mustahil untuk menyelesaikan setiap proses perdagangan ekspor global internasional, reposisi internasional produk-produk manufaktur, tanpa dukungan logistik profesional.Dalam hal ini diperlukan integrasi dari informasi, transportasi. persediaan, penanganan material, gudang dan pengepakan. Tanggung jawab operasi logistik adalah reposisi/penempatan bahan baku atau produk secara tepat, kegiatan dalam proses, hingga barang jadi yang dihasilkan dengan biaya serendah mungkin. Maskapai penerbangan kargo yang lebih besar cenderung menggunakan pesawat baru atau pesawat yang dibuat baru sesuai dengan kebutuhan angkutan kargo mereka. Bandar Udara Internasional Juanda adalah bandar udara yang berlokasi di Kota Surabaya.dikelola oleh PT (Persero) Angkasa Pura I yang merupakan salah satu Badan Usaha Negara Milik Negara (BUMN) dari Departemen Perhubungan, aktif dalam pengelolaan dan pengusahaan pelayanan bandar udara di Indonesia. Misi perusahaan adalah melaksanakan pengelolaan bandar udara dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimilikinya secara baik dan penuh inovatif. Bandar Udara Internasional Juanda dapat melayani lebih dari 6 juta penumpang dan kargo 120.000 ton setiap tahun, salah satu dari pendapatan bandara diperoleh dari area kargo dan pengembangan sewa.lahan maupun gedung . Pendapatan seperti ini dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan bandar udara, dan sudah menjadi tugas utama manajemen bandar udara yang diusahakan.
Manajemen Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya , secara agresif mempromosikan bisnis kargo bandar udara dan melakukan langkah pengembangan seperti kegiatan pengenalan terkait dengan pelayanan kargo di bandar udara. Sektor kargo dipandang sebagai komponen penting dari pendapatan /ekonomi, dan penanganan kargo internasional merupakan bagian yang terpisah

dari terminal, pergudangan, fasilitas-fasilitas lain yang terkait. Untuk keberhasilan upaya ekspor produk UMKM ini diharapkan dukungan semua pihak terkai seperti ; asosiasi bisnis, perguruan tinggi, instansi pemerintah terkait/ pemerintah Propinsi Jawa Timur. Terlebih lagi, kebijakan pemerintah akan dapat mendorong pengembangan Usaha Mikro,Kecil dan Menengah. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis evaluasi fasilitas penanganan kargo udaara, gudang dengan persyaratan yang harus digunakan, dalam suatu bandar udara internasional atau penerbangan haji . Dengan demikian prosedur operasi kargo udara dapat dianalisis. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari hasil survei,data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber publikasi.

Kata kunci: Peluang ekspor, penerbangan haji ,penanganan kargo udara, peraturan pemerintah, biaya transpor murah.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era global saat ini, jasa pengangkutan melalui udara sangat diperlukan para pelaku bisnis; kecepatan, safety, dan daya jangkau pengiriman menjadikan bisnis ini menjadi instrumen terpenting dalam memenuhi permintaan akan makanan, sayuran, buah-buahan, dan hasil kelautan dalam keadaan segar maupun beku dan juga berbagai produk industri olahan lainnya seperti industri/hasil produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pendapatan devisa nasional melalui ekspor nonmigas mengalami peningkatan sebesar Rp.40,75 triliun atau 28,49 persen pada tahun 2008 (www.bps.go.id). Disisi lain posisi strategis UMKM masih menghadapi keterbatasan sehingga kurang mampu bersaing dan berkembang, seperti : faktor pemasaran produk dan fasilitas pelatihan sebagai kebutuhan dasar untuk berkembang, kurangnya dukungan faktor keuangan dan kurangnya inovatif dalam pengembangan produk dikarenakan keterbatasan mulai dari pemerolehan bahan baku sampai ke pemasaran produk. Permintaan akan produk UMKM di luar negeri masih kecil, sehingga perlu semakin digalakkan promosinya.

Arus barang domestik maupun internasional pada era globalisasi dan pasar bebas akan semakin meningkat karena wilayah perdagangan dan kebutuhan konsumen akan barang dan produk yang bermutu serta bersaing sudah tanpa batas. Bagi perusahaan jasa angkutan jasa angkutan udara kargo internasional, keadaan ini merupakan peluang besar yang tak terbatas. Namun bagi pengusaha UMKM kenaikan tarif kargo udara maskapai penerbangan dipandang akan semakin memukul kinerja ekspor produknya , dimana biaya kargo merupakan komponen biaya pengiriman yang besarnya berkisar 12%-14% dari total biaya produksi.

Pengiriman produk UMKM melalui jasa Penerbangan Haji pada saat beban kosong (terutama pada saat pemulangan jamaah haji) dapat menjadi alternatif pengurangan biaya ekspor dan sekaligus dapat menjadi ajang promosi ke negara Timur Tengah khususnya Arab Saudi.

Kecendrungan perkembangan yang cepat dalam dunia kargo udara ditunjukkan dengan lahirnya banyak perusahaan baru yang saling bersaing dan memperebutkan pangsa pasar yang juga semakin meningkat. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan angkutan kargo udara internasional, maka persaingan akan semakin ketat diantara mereka. Menurut para pengusaha/pelaku bisnis kargo hingga saat ini Indonesia belum memiliki aturan terkait dengan keamanan dan keselamatan penerbangan untuk layanan kargo udara Internasional, akibatmya negara kehilangan pendapatan dari layanan kargo tersebut selama bertahun-tahun.

Tabel 1. Data Jamaah Haji Pemberangkatan Bandara Juanda 2 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Kloter	Jumlah Jamaah
2011	91	40.829 orang
2012	80[1)]	35.845 ang

1) 25 Kloter jamaah asal nusa tenggara barat di berangkatkan melalui bandara lombok

Sumber : Bandar Udara Juanda

Perdagangan melalui Kargo Udara

Perdagangan merupakan awal-mula aktifitas usaha penanganan kargo. Adanya perbedaan kondisi suatu wilayah atau suatu negara dengan wilayah negara lain dalam hal hal sumber daya alam yang dimiliki, iklim, letak geografis, penduduk, struktur ekonomi dan sosialnya, sehingga mengakibatkan perbedaan dalam hal hasil alamnya atau hasil produksi barang yang akan dikonsumsi oleh negara lain yang tidak menghasilkan atau memproduksi barang tersebut. Hal inilah yang mendorong terjadinya suatu perdagangan antar negara yang sangat membutuhkan sarana angkutan melalui darat, laut dan udara. Kegiatan perdagangan ini dikenal dengan kegiatan ekspor (kegiatan menjual) dan kegiatan impor (kegiatan membeli). Kargo udara internasional adalah semua barang yang dikirim melalui udara (pesawat terbang) untuk diperdagangkan antar negara (internasional). Pengertian kargo menurut IATA (2005) adalah semua barang yang diangkut dengan pesawat udara dengan menggunakan Air Way Bill/SMU(Surat Muatan Udara) tetapi tidak termasuk pos atau barang lain yang dfimuat dalam perjanjian konvensi pos internasional dan bagasi yang disertai tiket penumpang atau *check baggage* (bagasi cek).pada saat ini, dunia penerbangan terbagi menjadi dua bagian : Penerbangan untuk penumpang (*passengger aircraft*) yaitu pesawat yang khusus untuk mengangkut penumpang, bagasi dan kargo, dan penerbangan yang khusus untuk mengangkut kargo saja. Kargo melalui udara adalah barang yang dikirim tanpa disertai oleh penumpang. Pengirimannya bisa melalui maskapai penerbangan

ataupun agen kargo (*freight forwarder*). Dokumen yang diperlukan dalam pengiriman barang/kargo yakni :
1. SMU (Surat Muatan Udara) khusus untuk penebangan domestik
2. AWB (*Air Way Bill*) khusus untuk penerbangan internasional.
Proses pengiriman cargo dapat langsung menghubungi perusahaan penerbangan sebagai pengangkut melalui agen cargo untuk mengurus pengiriman barang. Setelah persyaratan dipenuhi, pengirim akan mendapatkan dolumen yang diperlukan sesuai dengan tujuan pengiriman barang. Setelah itu dilakukan resevasi kargo melalui *booking procedure*. Sebelumnya barang dicek oleh pihak pabean, apakah barang tersebut layak untuk dikirim, atau tidak menyalahi peraturan kepabeanan. Selanjutnya setelah reservasi kargo, barang akan disimpan di dalam gudang untuk menunggu pengiriman sesuai dengan reservasi kargo.

Tabel 2. Karakteristik Pesawat Terbang

Pesawat Terbang	Panjang Pesawat	Berat Lepas Landas(Pon)	Berat Pendaratan (Pon)	Berat Kosong Operasi (Pon)	Berat Bahan Bakar (Pon)	Muatan maksimum Penumpang (orang)
B 737-200	100’00”	100.500	98.000	59.958	85.000	86-125
B 747-400	179’06”	825.600	564.000	361.600	526.000	450-600
A-300	175’11”	302.000	281.000	186.910	256.830	225-345

Sumber : http://id.shvoog.com

Terminologi Kargo

Beberapa terminologi kargo sebagai berikut :
1.*Air Way Bill* adalah dokumen yang dibuat atas perjanjian antara *cargo agent* dengan *airlines* yang merupakan bukti kontrak kerjasama untuk pengangkutan barang melalui udara melalui rute yang dilewatiairlines/penerbangan.
2.Master *Air Way Bill* adalah dolumen yang meng-*cover* pengiriman individu sebagai*consolcargo.*
3. *Cargo Aircraft* adalah setiap pesawat selain pesawat penumpang yang hanya mengangkut kargo dan pos.
4. *Cargo Transfer* adalah kargo yang datang dari satu penerbangan dan dilanjutkan dengan pesawat lain.
5. *Cargo Transit* adalah kargo yang datang dan singgah sebentar sebelum melanjutkan pengiriman dengan pesawat yang sama.

Terminologi kargo menurut *Standard Operation Procedure Cargo Handling* PT.Jasa Angkasa Semesta (2004; 27) antara lain :

a. *Storage* adalah proses penempatan kargo di dalam gudang sesuai dengan sifat dan jenis dari masing-masing barang tersebut menunggu proses *built up* untuk diberangkatkan.

b. .*Rebuild up* adalah proses penempatan kargo di dalam ULD (*Unit Load Device*) sesuai dengan SOP (*Standard Operational Procedure*).

c. ULD (*Unit Load Device)* adalah semua tipe pallet, kontainer yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah pengiriman barang walaupun tidak semua pesawat bisa dimuati dengan kontainer.

d. *Cargo Delivery* atau *Cargo Movemant* adalah proses pemindahan kargo dari *warehouse* atau *storage* ke arah *shipside* atau antar *ramp side.*

e. *Cargo Manifest* adalah daftar muatan angkutan yang berisi jumlah koli, berat, jenis komoditi dan tujuan sesuai dengan yang tertera di SMU (Surat Muatan Udara) atau AWB (*Air Way Bill*).

f. Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) adalah dokumen pabean yang digunakan untuk pemberitahuan pelaksanaan ekspor yang dibuat sesuai BC 3.0 yang dapat berupa tulisan di atas formulir atau pesan elektronik (EDI).

g. Daftar pemberitahuan Ekspor barang (DPEB) adalah daftar muatan barang ekspor yang digunakan untuk memberitahukan barang ekspor yang diangkut lanjut atau barang ekspor yang diangkut pada saat kedatangan sarana pengangkut.

Penanganan Kargo

Penanganan Kargo (*Cargo Handling*) adalah suatu rangkaian proses pekerjaan penanganan kargo saat mulai diterima sampai dimuat ke dalam pesawat untuk diangkut dari satu kota ke kota yang lain di dalam dan di luar negeri. Proses pekerjaan penanganan kargo antara lain :

1. Penerimaan (*Acceptance*)
2. Timbang barang
3. Pembuatan dokumen angkut (*Documentation*)
4. *Build up/break down* dari dan pallet/container atau gerobak.
5. Penarikan dari gudang ke pesawat dan sebaliknya.
6. *Handling* ke pesawat dan *unloading* dari pesawat.
7. Penyimpanan (*storage*).
8. Pengiriman (*delivery*)

Ground handling mempunyai tujuan atau target yang ingin dicapai yaitu :

1. *Flight safety*
2. *On time Performance*
3. *Customer Satisfaction*
4. *Realibility*.

Penanganan kargo dapat berjalan baik apabila sistem dan prosedur serta sarana pergudangan di masing-masing bandar udara mencukupi dan pelaksanaan pekerjaan dilakukan sesuai Standar Prosedur Operasi (*Standard Operation Procedures*).

UMKM di Jawa Timur

Kendala utama yang dihadapi produk UMKM adalah masalah pemasaran produk ke manca negara, terkait dengan biaya kargo yang cukup mahal, modal kerja, kualitas produk dan jaminan mutu.
Misi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro,Kecil dan Menengah Propinsi

Jawa Timur antara lain, adalah meningkatkan pangsa usaha koperasi yang mandiri dan berdaya saing, mewujudkan UMKM yang mandiri dan berdaya saing (www,diskopjatim,go.id). Keadaan ini terdukung dengan tingkat pertumbuhan ekonomi Jatim Timur yang positif dari tahun ke tahun, termasuk 5 tahun terakhir, selalu di atas rata-rata 5 % pertahun. PDRB Jawa Timur pada tahun 2009 tumbuh sebesar 5,01 %. Krisis ekonomi global sejak pertengahan 2008 tidak membuat perekonomian Jawa Timur merosot, meskipun sedikit mengalami penurunan yang tidak terlalu signifikan. Ekspor Non Migas Jawa Timur sampai akhir 2009 mencapai US$ 10,011.87 juta, sedang impor non-migas mencapai US$ 9,130.22 juta. Di Propinsi ini ada 710.000 perusahaan skala besar, industri menengah, kecil, dan rumah tangga. Industri manufaktur memainkan peran penting bagi PDB Jawa Timur dengan menyumbang rata-rata 28,5%. Berikut ini diperlihatkan jenis produk yang dihasilkan di Propinsi Jawa Timur.

Tabel 3. Produk Usaha Mikro,Kecil dan Menengah Propinsi Jawa Timur

Jenis Produk	Bentuk/Ukuran Produk	Layak Ekspor*)
Aksesories	Kecil ,sedang	Layak
Kerajinan	Sedang	Layak
Garmen/sandang	Sedang	Layak
Kulit,tas, sepatu	Sedang	Layak
Makanan, minuman	Kecil, sedang	Layak
Peralatan rumah tangga	Sedang	Layak
Furniture	Sedang, besar	Terbatas
Pertanian	Buah segar	Terbatas
Perikanan/Peternakan	----	Tidak layak

*) Layak Ekspor ; memungkinkan untuk diangkut melalui jasa Penerbangan Haji

Sumber : bpm.jatimprov.go.id

METODE ANALISIS

Analisis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi penanganan kargo (*ground handling*) dari sumber (gudang) ke pesawat dengan menggunakan formulasi *Lead Operation Time,* dan Model Transportasi (*Tranportation Model*). Faktor kecepatan penanganan pemuatan kargo dari gudang penampungan (*ware house*) ke pesawat sangat penting karena terbatasnya waktu/*ground time* yang disediakan bagi pesawat haji di bandar udara.Dengan mengacu pada alat analisis perhitungan minimasi waktu penanganan kargo tersebut, maka sekalipun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini relatif sederhana, namun dapat memberikan

informasi yang memadai sesuai dengan tujuan penelitian.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisai yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2008:80). Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan *Ground Handling* yang khusus melayani Penerbangan Haji. Sampel adalah sebagian dari populasi dimana karakteristik dari sampel tersebut dapat mewakili populasi. Karakteristik dalam pemilihan sampel pada penelitian ini, adalah kecepatan penanganan (*handling*) kargo pada Penerbangan Haji.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

1.Data Kualitatif, yaitu data yang tidak bebentuk angka atau numerik, tetapi berupa penjelasan dengan kalimat, gambar, atau tabel sehingga dapat digunakan untuk mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, data kualitatif yang diperlukan berupa ketentuan-ketentuan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan kegiatan ekspor, *ground handling* (pemuatan/penurunan muatan barang kargo ke/dari pesawat), karakteristik pesawat, dan penggunaan Penerbangan Haji untuk kepentingan angkutan penumpang/kargo non haji.

2.Data Kuantitatif, yaitu data yang digunakan berbentuk angka atau numerik yang berupa hasil dari obsevasi lapangan, sehingga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan penanganan (kecepatan) *ground handling* pada berbagai posisi parkir pesawat.

Sumber Data

1.Data Primer, diperoleh dari hasil pengamatan langsung di lapangan berupa posisi parkir pesawat, *ground time*, jalur pergerakan alat angkut kargo, jenis dan penggunaan alat.

2.Data Sekunder, data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari obyek penelitian. Data sekunder diperoleh dari berbagai publikasi, media cetak dan media elektronik. Data sekunder berupa data pesawat, data fasilitas pelayanan kargo.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan uraian dari konsep yang sudah dirumuskan dalam bentuk dimensi-dimensi, indikator-indikator untuk memudahkan secara operasional dari penelitian.
Definisi operasional terkait dengan pengertian dan formulasi yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1.Formula *Lead Time,* digunakan untuk meminimasi waktu *ground handling* dari satu sumber ke satu tujuan :

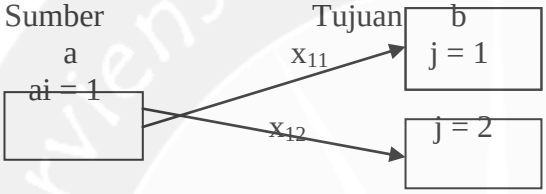
a. *On Pallet*/*Container stand by*/WaktuTunggu di Gerobak , yaitu waktu persiapan muatan kargo.

b. *Moving time*, waktu yang diperlukan selama perjalanan dari *warehouse* (gudang) ke *aircraft* (pesawat).

c. *Loading time*, waktu yang dibutuhkan untuk pemuatan dari *Container* (gerobak) ke pesawat.

Ground Handling Times, dilaksanakan dalam 3 langkah/fase,

yaitu:
(1) t_p = *actual pallet time* (waktu tunggu/siap angkut/*stand by in warehouse*).
(2) t_m = *cargo moving from warehouse to aircraft*
(3) t_l = *loading time.*
Total *Groud Handling Time* (T_{gh}) :
$T_{gh} = t_p + t_m + t_l$
2.Model Transportasi (Gambar.1), digunakan untuk meminimasi waktu



Gambar 1 : Model Transportasi
Sumber a (*warehouse*) dengan kapasitas a_1, tujuan b (pesawat 1, dan pesawat 2), masing-masing tujuan membutuhkan komoditas/kargo sebanyak $b_{j,}$ dimana j = 1,2. Jumlah satuan (unit) kargo (kg,ton) yang dikirim/diangkut dari sumber a_i ke tujuan bj adalah sebanyak $x_{ij.}$
Waktu pengiriman/angkut dari sumber i (*warehouse*) ke tujuan j (pesawat-1 dan pesawat-2) = t_{ij}
Dengan demikian formulasi program liniernya adalah sebagai berikut :
Meminimasi: : $Z = \sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} t_{ij} . x_{ij}$
Z = waktu penanganan *ground handling*
Berdasar pembatas ;
$\sum_{j=1}^{n} x_{ij} = a_j$, i = 1
$\sum_{i=1}^{m} x_{ij} = b_{j,}$ j = 1,2
t_{ij} = waktu angkut yang dibutuhkan dari 1 sumber (*warehouse*) ke 2 tujuan yakni pesawat-1 dan pesawat-2 (m=1, n=2).
Penerapan formulasi Transportasi sebagai berikut :
ground handling dari 1 sumber ke 2 tujuan sebagai berikut :
a. 1 sumber (warehouse) dengan kapasitas $a_i = a_1$.
b. 2 tujuan pemuatan pada pesawat-1 (b_{j1}) dan pesawat-2 (b_{j2})
c. Jumlah satuan/unit cargo yang diangkut dari sumber ke pesawat adalah sebanyak $x_{ij.}$

Minimumkan Z (*ground handling time*) = $t_{11.}x_{11}+t_{12.}x_{12}$, dengan pembatas $x_{11} + x_{12} = a_1$ (pembatas sumber), $x_{11} = b_1$ dan $x_{12} = b_2$ (sebagai pembatas tujuan).
x_{11} = jumlah kargo dari sumber (*warehouse*) ke pesawat-1
x_{12} = jumlah kargo dari sumber (warehouse) ke pesawat-2

Jenis Kargo
Kargo adalah barang-barang yang dikirim melalui pesawat udara yang dilengkapi dengan Surat Muatan Udara (SMU) atau AWB (Air Way Bill) termasuk benda-benda pos dan bagasi yang dikirim sesuai dengan prosedur pengiriman kargo.
Kargo terdiri dari tiga jenis, sebagai berikut :
1. *General cargo*, adalah kargo atau barang yang pada umumnya memiliki sifat yang tidak membahayakan, tidak mudah rusak, busuk atau mati, barang yang tidak memerlukan penanganan khusus asalkan persyaratan

pengangkutannya telah memenuhi ketentuan yang berlaku, serta ukuran dan beratnya dapat ditampung ke dalam ruangan pesawat udara, sehingga barang-barang tersebut dapat diangkut.

2.*Special cargo*, adalah kargo atau barang-barang yang memerlukan penanganan khusus baik dalam penerimaan, penyampaian atau pengangkutan, seperti; *Live animal* (Hewan hidup) , Mayat manusia (masih berbentuk jasad, abu dengan kotaknya), *Perishable* (barang mudah rusak, hancur, atau busuk), *Valuable goods* (barang yang memiliki nilai yang tinggi/barang-barang yang berharga seperti emas, intan, berlian,dll.), *Strongly smelling goods* (barang yang berbau sangat menyengat), Live Human Organ (barang/organ tubuh manusia).

3. *Dangerous goods*, adalah kargo atau barang-barang yang berbahaya yang dapat mengakibatkan terganggunya kesehatan, dan keselamatan penerbangan (*Exsplosive goods, Gasses, Falammable solids, Oxidizing substances, Toxic& Infection substances, Radioactive material,Corrosives, dan Miscellanous dangerous goods*).

Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk menyusun dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Para peneliti berpendapat bahwa tidak ada cara yang paling benar secara absolut untuk mengorganisasi, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Oleh karenanya, maka prosedur analisis data dalam penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian. Untuk memudahkan dalam analisa data metode yang biasa digunakan adalah metode statistik. Statistika adalah serangkaian metode yang dipakai untuk mengumpulkan, menganalisa, menyajikan dan memberi makna data. Tahapan langkah menggunakan analisa data :

1. Menentukan masalah untuk menjadi obyek pengamatan/penelitian.
2. Mengumpulkan data.
3. Melakukan analisa.
4. Menyajikan hasil.

Pada dasarnya kegunaan data ialah sebagai dasar yang obyektif di dalam proses pembuatan keputusan, kebijakan dalam rangka untuk memecahkan persoalan oleh pengambil keputusan. Keputusan yang baik hanya bisa diperoleh dari pengambil keputusan yang obyektif, dan didasarkan atas data yang baik.

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah diskriptif kuantitatif dengan menggunakan dua metode perhitungan untuk menentukan waktu pelayanan kargo minimal.

Dengan demikian, juga dapat dilakukan komparasi antara kedua metode berdasar pada kondisi lapangan yang dihadapi.

HASIL ANALISIS

Seperti diketahui jadwal pemberangkatan calon jamaah dari Indonesia ke Arab Saudi sangat ketat/ semua calon jamaah haji sudah harus berada Arab Saudi sebelum waktu wukuf di Arafah. Oleh karenanya, pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana memanfaatkan jasa Penerbangan Haji untuk ekspor

produk UMKM dengan menggunakan pesawat yang akan kembali ke Arab Saudi (setelah pemulangan jamaah haji). Tahun 2012, di Bandar udara Juanda terdapat peluang ekspor ke Arab Saudi sebanyak 81 Kelompok Terbang (Kloter) dengan daya angkut kargo per pesawat Boeing 747-400 sekitar 5-10 ton (Manurung,Suara Karya, 2011). Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya merupakan salah satu dari 6 bandar udara yang dinilai potensial jadi hub kargo udara. Lima bandar udara utama di Indonesia lainnya yang dinilai berpotensi jadi hub (bandar udara pengumpul) kargo udara adalah Bandar Udara Soekarno-Hatta Cengkareng, Bandar Udara Kuala Namu Medan, Bandar Udara Sepinggan Balikpapan, Bandar Udara Hasanuddin Makassar, dan Bandar Udara Sam Ratulangi Manado.

Bandar Udara Juanda juga dinilai potensial, karena memiliki potensi pasar yang tinggi di sektor industri terutama produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan memiliki fasilitas Terminal Kargo seluas 16.900 m2**.**

Peralatan Bongkar Muat Kargo

Terbatasnya waktu bongkar muat untuk pesawat Haji, maka diperlukan peralatan bongkar muat kargo yang memenuhi persyaratan kuantitas dan kualitas untuk menjamin kelancaran pemuatan barang ekspor ke pesawat. Pada kenyataannya teknologi yang digunakan dalam penanganan layanan kargo udara di Indonesia belum sepenuhnya dapat disetarakan dengan standar Internasional. *Air Cargo Handling ICAO (International Civil Aviation Organization) Doc.9569* C.,yang mengisyaratkan *Required Facilities* seabagai berikut :

- *Customs Bonded warehouse*
- *Cold Room*
- *Strong Room*
- *Screening machines*
- *Weighting machines*
- *Dangerous goods holding bay*
- *Handling equipment e.g. forklift, hand trucks, dollies, tractor, cars etc*

Tabel 4. Fasilitas Penanganan Kargo di Bandar Udara Juanda

No.	Peralatan	Terminal Kargo
1.	X-ray	2
2.	Timbangan Digital	4
3.	Hand Metal Detector	5
4.	Hand Pallet	8
5.	Forklift	3
6.	High Left Loader	2
7.	Conveyor Belt	3
8.	Joint Container Pallet	3
9.	Cargomatic	1
10.	Pallet Dolly	7
11.	Tractor	4
12.	Aircraft Tractor	6

13.	Strong Box	2

Sumber : Bandar Udara Juanda

Pelayanan kargo harus sesuai dengan aturan yang ada yaitu *Work Instruction ISO, Cargo Manual Book, Reference Book* dari *Airlines*. Untuk layanan kargo internasional mengacu pada ketentuan-ketentuan internasional yakni IATA *Rules* yang dikeluarkan setiap tahun. *Dangerous Goods Regulation* IATA, Peraturan Bea & Cukai,Karantina dan SKEP Direktur Jenderal Perhubungan Udara.

Penanganan Kargo

Secara umum proses outgoing kargo adalah sebagai berikut :

1.Kargo yang akan dikirim akan dilakukan pembukuan (*reservation*) terlebih dahulu.

2. Setelah reservasi, kargo dibawa ke Gudang Penerimaan Kargo (*Warehouse Acceptance*). Di Gudang, kargo akan dilengkapi dengan :

a. Form Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) dan Pemberitahuan Ekspor Barang Tertentu(PEBT).
b. Form *Shipper Letter of Instruction* (SLI).
c. *Packing List*
d. *Perishable* dan *Live Animal* dilengkapi dokumen karantina.
e. Dokumen pelengkap lainnya.

3. Dari proses di gudang penerimaan, kargo dibawa ke unit Bea dan Cukai. Kargo dilengkapi dokumen kargo dan persetujuan muat dengan pengecapan/ stempel sebagai tanda bahwa kargo yang bersangkutan diizinkan oleh Bea Cukai untuk dikirim.

4. Kargo yang akan dikirim sebelum disimpan di Gudang Pengiriman *(Warehouse Movement*) dilakukan pemeriksaan X-Ray untuk mengetahui isinya.

5. Setelah pemeriksaan X-ray kargo disimpan di Storage Area. Kargo akan di packing ulang dengan menggunakan plastik di *Build up area*.

6. Kargo sudah melalalui proses di atas, dapat dimuat ke pesawat.

Dokumen Pendukung Pengiriman Kargo

Dokumen pendukung dalam penanganan dan pelayanan kargo (khusus ekspor) sebagai berikut:

1. *Acceptance* ; CBA (*Cargo Booking Advice*), SLI (*Shipper's Letter of Instruction*), BTB (Bukti Timbang Barang), *Shipper Declaration for Dangerous Goods, Checklist for Dangerous Goods, Shipper Certification for* LAR, AWB (*Air Way Bill*).CN 38 (pos), *Payment Voucher*, CCA, DB(*Delivery Bill*), DRSC (untuk kasir)/Bordrel, Pertelaan (untuk kasir), dan PEBT (Pemberitahuan Ekpor Barang Tertentu).
2. *Movement* ; CBA, CLP (*Cargo Load Plan*), AWB (*Air Way Bill*), CN 38 (pos), *Checklist Build up, Build up Report, Manifest Cargo Outbound*, NOTOC (*Notification to Captain*), DO (*Delivery Order*) penarikan kargo.
3. *Transit* ; *Manifest Inbound* dan *Manifest Outbound*, AWB, CN 38/AV 7 (Pos), *Checklist Build up*, NOTOC (*Notification to Captain*), DO (*Delivery Order*).

Dukungan Penerbangan Haji untuk Ekspor

Penggunaan Penerbangan Haji untuk kepentingan ekspor/perdagangan diperlukan dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak yaitu :

1. Dukungan/persetujuaan Menteri Agama,Menteri Perhubungan, Menteri Perdagangan, Menteri Koperasi dan UMKM, dan Menteri Perindustrian tentang pemanfaatan ruang kosong Penerbangan Haji untuk kepentingan perdagangan/ekspor.
2. Kerjasama/perjanjian antara Menteri Agama RI dan Menteri Agama Arab Saudi.
3. Persetujuan Penerbangan Haji bisa digunakan untuk perdagangan, dari pihak Menteri Perhubungan RI dan Menteri Perhubungan Arab Saudi.
4. Kerjasama maskapai Saudi Airlines dengan PT.Garuda Indonesia dalam hal kesepakatan penggunaan pesawat haji untuk perdagangan (memanfaatkan ruang kosong untuk penumpang
5. Kesiapan/kerjasama unit kerja CIQ (*Custom,Immigration, Quarantine*) menyangkut kelancaran keimigrasian, bea cukai dan karantina.

Hukum/PeraturanPengamanan Penerbangan Sipil di Indonesia

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyelenggran opersai bandara untuk kepentingan penerbangan sipil sebagai berikut :

1. ICAO Annex 17 *The Safeguarding of Civil Aviation Againts Acts of Unlawful Interference.*

2. ICAO Document 8973 tentang *Instruction Manual of The Safeguarding of Civil Aviation Againts Acts of Unlawful Interference*.
3. ICAO Annex 18 *The Safe Transport of Dangerous Goods by Air*.
4. ICAO Document 9284 tentang *Technical Instruction of Safe Transport of Dangerous Goods by Air.*
5. Undang Undang No.15 tahun 1992 tentang penerbangan.
6. Peraturan Pemerintah No.3 tahun 2001 Tentang Keamanan dan Keselamatan Penerbangan.
7. Keputusan Menteri Perhubungan No.14 tahun 1989 Tentang Penertiban penumpang, barang dan kargo yang diangkut pesawat udara sipil.
8. Keputusan Menteri Perhubungan No.73 Tahun 1996 Tentang Pengamanan Penerbangan Sipil.
9. Surat Keputusan Dirjan Perhubungan Udara No.SKEP/40/II/1995 Tentang Petunjuk Pelaksanaan KM No.14 Tahun 1090.
10. Surat Keputusan Dirjen Perhubungan Udara No.SKEP/12/I/1995 Tentang Surat tanda Kecakapan Operator Peralatan Sekuriti dan Petugas Pemeriksa Penumpang dan Barang.
11. Surat Keputusan Dirjen Perhubungan Udara No.SKEP/275/XII/1998 Tentang Pengangkutan bahan dan/atau barang berbahaya dengan pesawat udara.
12. Keputusan Menteri Perhubungan No.54 Tahun 2004 Tentang Program Pengamanan Penerbangan Sipil.

13. Surat Keputusan Dirjen Perhubungan Udara No.SKEP/253/XII/2005 Tentang Evaluasi Efektifitas Program Nasional Pengamanan Penerbangan Sipil (*Quality Control*).

KESIMPULAN

Pemanfaatan Penerbangan Haji untuk tujuan perdagangan/ekspor produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dilakukan dengan cara/langkah antara lain:
(1)Penggunaan ruang kosong pesawat haji untuk ekspor produk UMKM sangat mungkin dilakukan, terutama setelah pemulangan jamaah haji;
(2)Pemerintah Propinsi Jawa Timur memegang peran utama dalam hal memperjuangkan dan mewujudkan usaha pengembangan ekspor produk UMKM ke Arab-Saudi/Timur Tengah dengan menggunakan jasa Penerbangan Haji;
(3) Kecepatan penanganan terkait ketatnya jadwal pesawat, kargo yang akan di ekspor sudah harus dalam keadaan siap angkut (*standby* di *warehouse movement*);
(4) Kerja sama unsur CIQ, pengelola bandar udara,dan pihak terkait sangat dibutuhkan;
(5) Menerapkan model mininimasi waktu pelayanan kargo sebagai alat pengendali operasional, mengunakan perangkat IT.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Abidin Ishak, 2003, Bahan Kuliah Operation Research, PascaSarjana Magiste Manajemen Universitas Airlangga, Surabaya.

Annex 17 ICAO (SARPs)-*Safeguarding International Civil Aviation Againts Acts of Unlawful Interference.*

Direktur Jenderal Perhubungan Udara No.KP152/2012 tentang Pengamanan Kargo dan Pos yang diangkut dengan Pesawat Udara.

Direktur Jenderal Perhubungan Udara No.KP121/2012 tentang Sistem Pelayanan Informasi Arus Barang Ekspor dan Impor secara Elektronik di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta.

Internatonal Air Transpor Association (IATA) ,2010, *Cargo Procedures, A Quick Reference Guide, March,2010 Edition.*

Keputusan Menteri Perhubungan KM 14 Tahun 1989 tentang Penertiban Penumpang, Barang dan Kargo yang diangkut melalui pesawat sipil.

Keputusan Menteri Perhubungan KM 127 Tahun 1990 tentang Perizinan Usaha Angkutan Udara.

Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 9 Tahun 2010 tentang Program Keamanan Penerbangan Nasional.

Keputusan Menteri Agama RI tentang Penetapan Embarkasi dan Debarkasi Haji Tahun 1433 H/2012 M.

Peraturan Direktur Jenderal Perhubungan Udara Nomor SKEP 47 Tahun 2010 tentang Teknis Pemeriksaan Kargo dan Pos yang diangkut dengan pesawat udara sipil.

PT.Jasa Angkasa Semesta (JAS), Tentang *Standard Operation Procedure Cargo Handling, 2004*

Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2001 tentang Keamanan dan Keselamatan Penerbangan.

Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Bisnis, Bandung,Alfabeta.
Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan.
Undang-Undang Nomor 17 tahun 1999,tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji.

THE INFLUENCE OF MACROECONOMICS INDICATORS TO IMPORT RICE IN INDONESIA

Desyana Yulianti[1] Hedwigis Esti R.[2]
desyanadanarta@hotmail.com estiriwayati@yahoo.com
Dosen Tetap Institut Perbanas
[2] Mahasiswa S1 Manajemen Institut Perbanas

ABSTRACT

This research aimed to analyze how the influence gross domestic product, inflation rate and exchnage rate to import rice as the partially or simultaneously. Data used from secondary data which is gross domestic product, inflation rate and exchnage rate that published by Bank Indonesia. Analize method used t test and f test hyphotesis. The result is, as partial the gross domestic product has the positve influence to import rice. The inflation rate and exchange rate are not influence to import rice in Indonesia. As the simultaneously, gross domestic product, inflation rate and exchnage rate have significant influence to import rice in Indonesia . The contribution of gross domestic product, inflation rate and exchnage rate to import rice in Indonesia is 36.80 percent.

Keywords: *inflation rate, gross domestic product, exchange rate, import rice*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), inflasi, dan kurs terhadap nilai impor beras di Indonesia baik secara parsial

[1] Mahasiswa S1 Manajemen Institut Perbanas
[2] Dosen Tetap Institut Perbanas

maupun simultan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data triwulanan yang peroleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia selama periode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan uji hipotesis, yaitu uji simultan (Uji F) dan uji parsial (Uji T) statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Produk Domestik Bruto memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia sedangkan variabel inflasi dan kurs tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia. secara simultan dapat disimpulkan bahwa Produk Domestik Bruto, inflasi, dan Nilai Tukar Rupiah terhdap Dollar (kurs) berpengaruh signifikan dengan kontribusi variabel bebas sebesar 36,80 persen terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia.

Kata kunci: Produk Domestik Bruto, Inflasi, nilai tukar rupiah terdap dollar, Impor Beras.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengkonsumsi beras dalam jumlah besar. Beras merupakan makanan pokok yang wajib dikonsumsi masyarakat Indonesia setiap harinya. Berdasarkan pengamatan Kementerian Perdagangan, tingkat konsumsi rata-rata masyarakat terhadap beras antara 130-140 kg/orang/tahun. Masyarakat yang memiliki kebiasaan dalam mengkonsumsi bahan pokok lain seperti jagung, sagu maupun singkong, saat ini mengalami pemerataan dalam mengkonsumsi beras, bahkan masyarakat yang tinggal di wilayah agroekosistem yang tidak cocok untuk padi sekalipun. Tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi akan beras didominasi adanya pembangunan yang menyebabkan wilayah atau komunitas mengalami proses perubahan sosial budaya yang sangat mendasar. Indonesia sebagai negara agraris dimana hampir seluruh masyarakatnya mengkonsumsi beras, menimbulkan dilema terhadap pembangunan yang semakin sulit untuk diatasi. Ketersediaan beras dalam negeri sering kali tidak memadai. Tingkat cadangan beras yang harus dimiliki negara yang tercatat di Perum BULOG rata-rata antara 750-1.25 juta ton.

Kegelisahaan mengenai beras menciptakan suasana yang menjadikan beras lebih penting dan paling prioritas dibandingkan bahan pangan lainnya. Berdasarkan kerangka berfikir Wolf (1985), dilema akan ketersediaan beras sekiranya dapat dilalui dengan dua cara, yaitu meningkatkan produksi dalam negeri atau mengurangi konsumsi. Beberapa masalah yang diperkirakan menjadi pembatas peningkatan produksi adalah: 1). Keterbatasan sumber daya lahan sebagai akibat konversi menjadi pabrik, jalan, perkantoran maupun pemukiman; 2). Kepemilikan lahan yang relatif kecil sehingga sulit berproduksi secara optimal; 3). Kualitas agroekosistem yang kian miskin bahkan jenuh input; 4). Sebaran produksi yang sebagian besar masih bertumpu di Pulau Jawa.

Meningkatkan produksi tidak hanya serta merta memperluas lahan pertanian tetapi juga melihat dari kapasitas petani.

Meningkatkan produksi tidak hanya serta merta meningkatkan luas lahan pertanian, tetapi juga kapasitas petani perlu diperhatikan dimana harga beras dan upah yang diterima petani harus sesuai. Mengurangi konsumsi untuk mengatasi msalah beras merupakan hal yang paling sulit karena menyangkut hal berikut: 1) pertumbuhan penduduk yang sulit ditekan; 2) proses perubahan paradigma akan konsumsi beras membutuhkan waktu dalam jangka panjang.

Impor merupakan salah satu aspek dari perdagangan luar negeri yang suatu negara selain kegiatan ekspor. Ekspor merupakan kegiatan utama yang dilakukan pemerintah untuk memperoleh pemasukan devisa negara, akan tetapi bukan berarti impor yang pada dasarnya mengurangi pendapatan negara tidak baik untuk dilakukan. Atmadji (2004) mengungkapkan bahwa alasan suatu negara melakukan impor disebabkan adanya kegagalan negara tersebut dalam memenuhi kebutuhan dalam negeri, baik dalam bentuk kualitas maupun kuantitas. Adanya ketidakmampuan suatu negara dalam menyediakan kebutuhan beras dapat dijadikan cerminan bagi perekonomian negara apakah produksi beras dalam negeri tetap menjadi tuan rumah di negaranya sendiri ataukah tergerus dengan hadirnya beras impor.

Pada dasarnya nilai impor suatu negara dipengaruhi oleh pendapatan nasional negara tersebut dimana semakin tinggi pendapatan nasional akan semakin banyak pula permintaan akan barang-barang impor. Pendapatan masyarakat atau nasional yang tinggi tidak serta merta tanpa adanya guncangan perekonomian dalam pemenuhan permintaan dalam negeri. suatu negara akan mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan impor jika negara tersebut diguncang inflasi. Realita yang terjadi di Indonesia adalah tingginya tingkat inflasi tidak menyurutkan masyarakat untuk mengganti konsumsi beras dengan bahan makanan lainnya. Kurs atau nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika merupakan indikator ekonomi yang memiliki peran penting terhadap perekonomian suatu negara. Apresiasi maupun depresiasinya nilai tukar berpengaruh luas terhadap berbagai aspek ekonomi, termasuk inflasi dan kegiatan ekspor-impor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh PDB, inflasi, dan kurs terhadap nilai impor beras di Indonesia baik secara parsial maupun simultan.

Tinjauan Teoritis

Pengertian Impor

Impor adalah arus kebalikan dari ekspor yaitu barang dan jasa luar negeri yang masuk ke dalam suatu negara. Ketika ekspor dapat meningkatkan pendapatan nasional, impor bertindak sebaliknya. Impor merupakan pembelian dan pemasukan barang dari luar negeri ke dalam perekonomian suatu negara. Aliran barang impor dapat menimbulkan aliran keluar atau

bocoran dari aliran pengeluaran sektor rumah tangga ke sektor perusahaan yang pada akhirnya menurunkan pendapatan nasional yang mungkin dapat dicapai (Sukirno, 2011:203). Impor ditentukan oleh kesanggupan atau kemampuan dalam menghasilkan barang-barang yang bersaing dengan buatan luar negeri. Nilai impor tergantung dari nilai tingkat pendapatan nasional negara tersebut, makin tinggi pendapatan nasional, semakin rendah menghasilkan barang-barang dalam negeri, maka imporpun semakin tinggi sebagai akibatnya banyak kebocoran dalam pendapatan nasional.

Impor yang melebihi ekspor akan mendorong neraca pembayaran mengalami penurunan yang signifikan. Pembatasan jumlah yang dapat diimpor dapat dilakukan untuk melindungi kemerosotan neraca pembayaran pemerintah terhadap barang impor yang masuk. Pembatasan tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan pungutan pajak impor yang menjadikan harga dalam negeri menjadi mahal dan mengurangi permintaan terhadap impor. Selain meningkatkan pungutan pajak impor, halangan perdagangan non tarif dan batasan penggunaan valuta asing dapat menjadi alat lain untuk pembatasan impor di Indonesia Case dan Fair (2007:368).

Produk Domestik Bruto

Menurut Sukirno (2011:34-35), PDB *(gross domestic product/ GDP)* merupakan nilai barang dan jasa suatu negara yang diproduksikan dalam satu tahun tertentu. Sedangkan PNB (*gross national produc/GNP*) adalah nilai barang dan jasa yang dihitung dalam pendapatan nasional adalah barang dan jasa yang dihitung dalam pendapatan nasional hanyalah barang dan jasa yang diproduksi oleh faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh warga negara yang pendapatan nasionalnya dihitung, baik yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri. PDB mencerminkan kesejahteraan masyarakat dalam suatu negara, PDB yang meningkat menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat meningkat. Ketika pendapatan mengalami peningkatan berarti daya beli masyarakat meningkat, namun ketika *supply* barang dari pasar dalam negeri lebih kecil daripada *demand*, maka untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri pemerintah akan mengimpor barang, baik barang konsumsi maupun bahan baku untuk meningkatkan produksi dalam negeri.

Pendapatan nasional dapat dihitung berdasarkan dua harga yang telah ditetapkan pasar Rahardja dan Manurung (2008:28). 1). PDB Harga Berlaku, PDB harga berlaku adalah nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam tahun tertentu berdasarkan harga yang berlaku pada tahun tersebut. PDB harga berlaku disebut juga dengan pendapatan nominal karena terdapat faktor inflasi yang mempengaruhi harga didalamnya; 2). PDB Harga Konstan, PDB harga konstan adalah nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam tahun tertentu, berdasarkan harga yang berlaku pada suatu tahun tertentu yang dipakai dasar untuk dipergunakan seterusnya dalam menilai barang dan jasa yang dihasilkan pada tahun

berikutnya.PDB harga konstan disebut juga dengan pendapatan riil karena tidak terdapat perngaruh inflasi yang mempengaruhi harga didalamnya.

Inflasi

Inflasi adalah perubahan peningkatan harga barang-barang yang bersifat umum dan berkelanjutan (Rahardja dan Manurung, 2008:165). Inflasi terjadi akibat dari banyaknya harga yang naik secara bersamaan. Suatu barang mungkin dapat digolongkan bagian dari inflasi yang lebih besar atau tidak jika harga suatu barang mengalami kenaikan. Inflasi akan menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat terhadap barang-barang produksi dalam negeri, sehingga masyarakat cenderung mengkonsumsi barang-barang impor dengan harga pasar yang lebih murah. Menurut pendapat para ekonom, inflasi merupakan kenaikan yang menyeluruh dari jumlah uang yang harus dibayar (nilai unit perhitungan moneter) terhadap barang dan jasa.

Menurut Sukirno (2011:14) masalah kenaikan harga-harga dari berbagai negara disebabkan beberapa faktor. Pada umumnya, inflasi dapat disebabkan dari dua hal, yaitu: 1) tingkat pengeluaran agregat yang melampaui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa; 2) pekerja-pekerja di berbagai kegiatan ekonomi menuntut kenaikan upah. Penyebab terjadinya inflasi, yaitu: 1) inflasi karena dorongan permintaan (*demand full inflation*), yaitu inflasi yang terjadi sebagai akibat permintaan total terhadap barang ataupun jasa naik lebih cepat dibandingkan dengan tingkat *output full employment*; 2) inflasi karena biaya (*cost pust inflation*), yaitu inflasi yang diakibatkan karena banyaknya golongan dalam masyarakat yang mempunyai kekuatan untuk memaksakan kenaikan gaji atau upah serta harga.

Nilai Tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika

Menurut Hamdy (1996:16) dalam Putong (2010:346), valuta asing atau Foreign Exchange merupakan alat pembayaran berupa mata uang asing yang digunakan dalam melakukan transaksi keuangan internasional serta memiliki catatan kurs resmi pada bank sentral. Menurut Sukirno (2011:397), "kurs valuta asing didefinisikan sebagai jumlah mata uang domestik yang dibutuhkan, yaitu banyaknya nilai rupiah yang dibutuhkan untuk memperoleh satu unit mata uang asing". Kurs mata uang asing juga menunjukkan harga atau nilai mata uang suatu negara yang dinyatakan dalam mata uang asing lain.

Para ekonom membedakan kurs menjadi dua jenis, yaitu kurs nominal dan kurs riil. Kurs nominal merupakan harga relatif dari dua mata uang berbeda, sedangkan kurs riil merupakan harga relatif dari barang-barang antara dua negara. Menurut Putong (2010:34), sistem nilai tukar yang pernah ada dan banyak digunakan, yaitu: 1) nilai tukar tetap (*fixed exchange rate*), merupakan nilai tukar tetap merupakan sistem kurs yang menentukan tidak adanya perubahan antara nilai mata uang asing terhadap mata uang negara yang bersangkutan dalam periode tertentu; 2) nilai tukar mengambang (*floating exchange*

rate), merupakan nilai tukar mengambang merupakan nilai mata uang suatu negara yang ditentukan berdasarkan besar atau kecilnya kekuatan permintaan dan penawaran mata uang negara tersebut pada pasar uang; 3) nilai tukar terkait (*pegged exchange rate*), merupakan nilai tukar terkait merupakan nilai tukar yang terkait dengan sejumlah nilai mata uang tertentu lainnya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Rustyaningsih (2003) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan impor barang konsumsi di Indonesia. Diperoleh hasil bahwa PDB tidak signifikan, sedangkan impor periode sebelumnya dan kurs berpengaruh signifikan terhadap impor barang konsumsi di Indonesia**.** Sedangkan Penelitian Astuti (2007) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan impor beras di Indonesia ditunjukkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan impor beras di Indonesia. Komponen permintaan impor beras meliputi harga relatif, GDP, jumlah penduduk, *dummy* tarif, *dummy* produksi. Teknik analisa yang digunakan adalah uji kointegrasi prosedur Johansen untuk melihat hubungan jangka panjang dan *Error Correction Model* untuk estimasi jangka pendek, dengan menggunakan data 1972-2005. Hasil dari uji kointegrasi terlihat adanya pengaruh komponen jangka panjang berupa harga relatif berpengaruh negatif, jumlah penduduk berpengaruh positif, GDP berpengaruh positif. Menunjukkan bahwa persamaan struktural mempunyai tanda parameter sesuai dengan harapan, sedangkan dari hasil regresi kesalahan, semua variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan impor beras Indonesia. ECT yang signifikan secara statistik menunjukkan ECM yang dibangun adalah model untuk menggambarkan jangka pendek dan jangka panjang.

Penelitian Lisna dan Rifai (2009) mengenai faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi pada era pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) jilid I memfokuskan pada variabel pengaruh PDRB per kapita, inflasi, harga beras, dan IPM terhadap konsumsi penduduk Indonesia dan menganalisis perubahan *marginal propensity to consume* (MPC) selama periode pemerintahan SBY jilid I (2004-2008). Penelitian ini menggunakan metode uji probabilitas dan uji secara simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Jilid I (2004-2008) terjadi peningkatan kesejahteraan yang ditunjukkan oleh berkurangnya MPC. Pengaruh kenaikan PDRB nominal per kapita sebesar 10 persen akan meningkatkan konsumsi sekitar 4,6 persen jika tidak ada perubahan inflasi, harga beras, dan IPM, sedangkan peningkatan inflasi tidak terlalu berpengaruh pada peningkatan konsumsi. Peningkatan harga beras 10% akan meningkatkan konsumsi sekitar 4,2 persen dan peningkatan nilai IPM 10 persen akan meningkatkan konsumsi sekitar 2,3 persen.

Kwanmas (2010), dalam penelitiannya *analysis of affecting import of rice Indonesia*

memfokuskan pada dampak dari faktor-faktor produksi (panen padi daerah, impor beras, harga pupuk urea, nilai tukar riil, dan harga beras dalam negeri), konsumsi beras (jumlah penduduk, harga beras dalam negeri, impor beras tahun lalu, harga jagung domestik dan nilai tukar riil) perubahan harga beras domestik, PDB, dan indeks makanan. Penelitian menggunakan data sekunder yang bersifat time series periode 1988-2010 dengan metode regresi PAM (*Partial Analysis Model*). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa produksi beras dalam negeri dan impor beras pada tahun sebelumnya memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap impor beras. PDB indonesia juga memiliki pengaruh signifikan terhadap impor beras yang bersifat negatif.

Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu menggunakan dua variabel bebas PDB dan inflasi serta menggunakan metode analisis regresi berganda. Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu menggunakan variabel bebas kurs dollar Amerika. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lisna dan rifai bahwa PDB berpengaruh terhadap impor beras sedangkan peningkatan inflasi tidak terlalu memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai impor beras Indonesia. Kwanmas juga menyatakan bahwa PDB berpengaruh positif terhadap impor beras.

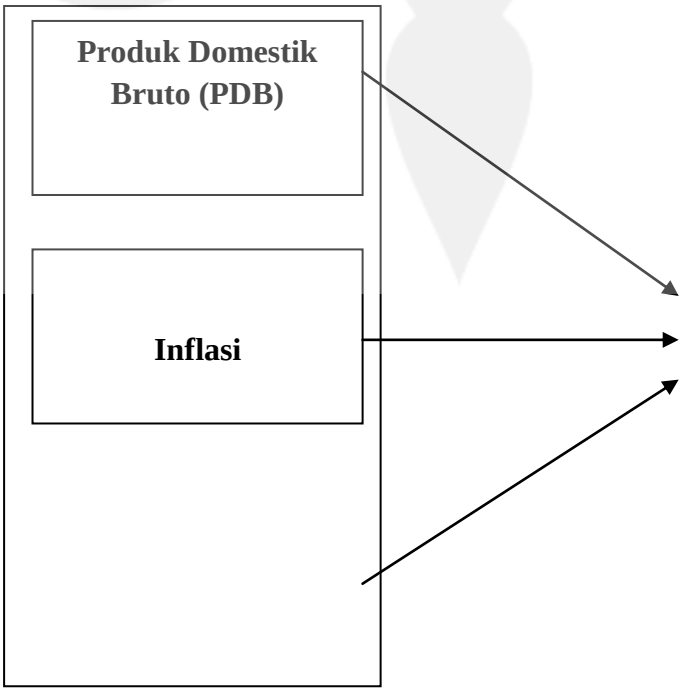
Kerangka Pemikiran

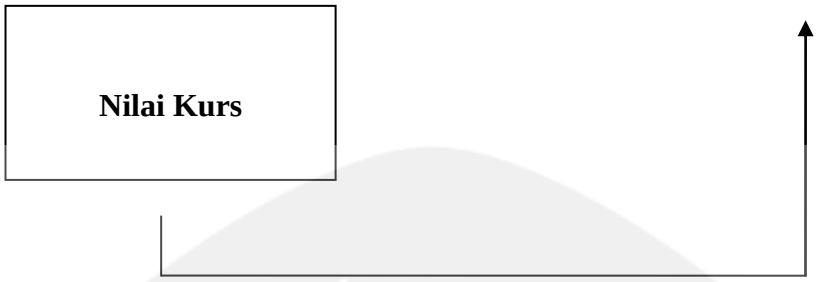
Berdasarkan teori dan masalah faktor-faktor terkait dengan nilai impor di Indonesia, maka dapat dibentuk kerangka berfikir dari pengaruh PDB, Inflasi, dan nilai kurs



terhadap nilai impor beras di Indonesia secara sistematis sebagai berikut:

Cambar 1 Kerangka Pemikiran





Sumber: Peneliti (2012)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel data, yaitu variabel bebas dan variabel terikat, dimana variabel bebas terdiri dari PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika (kurs), sedangkan variabel terikatnya yaitu nilai impor beras di Indonesia periode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa data laporan triwulanan dari masing-msing variabel bebas dan terikat.

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode studi kepustakaan. Pengumpulan data-data penelitian tersebut berupa nilai impor beras, PDB, inflasi dan kurs rupiah terhadap dollar Amerika periode Januari 2004 sampai dengan maret 2012 yang diperoleh dari laporan publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia.

Tabel 1 Operasionalisasi variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran
Impor Beras	pembelian dan pemasukan barang dari luar negeri ke dalam perekonomian suatu negara.	Nilai impor beras.	Dalam laporan BPS (Badan Pusat Statistik).
PDB	nilai pasar dari semua barang dan jasa akhir yang dihasilkan dalam suatu periode tertentu oleh faktor-faktor produksi yang berlokasi dalam suatu negara.	PDB berdasarkan harga konstan.	Dalam satuan mata uang Rupiah

Inflasi	Peningkatan jumlah persentase barang dan jasa diukur dalam IHK (Indeks Harga Konsumen) dalam data BPS.	Tingkat harga (t) Tingkat harga (t-1)	
Kurs	jumlah mata uang dalam negeri yang dibutuhkan untuk memperoleh satu unit mata uang asing.	kurs tengah Dollar Amerika terhadap Rupiah di Indonesia	Dalam laporan Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia

Sumber: Esti, dkk (2010)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh produk domestik bruto (PDB) terhadap nilai impor beras di Indonesia periode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Pada tabel 4.7 uji parsial, produk domestik bruto berpengaruh positif dengan koefisien sebesar 3,783. Hasil uji tersebut dapat mengindikasi bahwa Pendapatan nasional yang terus meningkat memunculkan kemungkinan kegiatan impor beras secara terus-menerus. Hasil regresi menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 4,087 > T_{tabel} sebesar 2,353 dengan signifikansi 0,00 lebih kecil dari α (0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB memiliki pengaruh signifikansi terhadap nilai impor beras di Indonesia.

Pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini adalah menguji pengaruh inflasi terhadap nilai impor beras di Indonesia periode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Pada tabel 4.7 uji parsial, inflasi berpengaruh negatif dengan koefisien -45601,678. Hasil uji tersebut mengindikasi bahwa impor beras akan terus dilakukan tidak tergantung dari apakah pergerakan Inflasi meningkat atau stabil. Hasil regresi menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar -0,403 < T_{tabel} sebesar 2,353 dengan signifikansi 0,958 lebih besar dari α (0,05). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai impor beras di Indonesia.

Pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah menguji pengaruh nilai tukar rupiah terhadap Dollar (kurs) terhadap nilai impor beras di Indonesia perriode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Pada tabel 4.7 uji parsial, nilai tukar berpengaruh positif dengan koefisien sebesar 1,677. Indikasi tersebut dikarenakan semakin tinggi permintaan akan beras dalam negeri, jumlah impor beras akan terus meningkat tanpa terpengaruh oleh nilai mata uang yang melemah ataupun menguat. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah terhadap dollar tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai impor beras di Indonesia. Hasil regresi menunjukkan nilai T_{hitung} sebesar 1,799 < T_{tabel} sebesar 2,353 dengan signifikansi 0,082 lebih besar dari α (0,05). Hasil tersebut mengindikasi bahwa Nilai Tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika (Kurs) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia.

Pengujian hipotesis keempat pada penelitian ini adalah menguji pengaruh PDB, Inflasi, dan Kurs terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia periode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Hasil regresi menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 7,200 > F_{tabel} sebesar 2,901 dengan probabilitas signifikansi 0,001. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel PDB, Inflasi dan Kurs memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Variabel terikat	Variabel bebas	Koef. Regresi	Standard error	T_{hitung}	Sig.
Nilai Impor Beras	PDB	3,783	0,926	4,087	0,000
	Inflasi	-45601,678	860795,617	-0,053	0,958
	Kurs	1,677E10	9,323E9	1,799	0,082
Konstanta = - 3.438.745,970 Adjusted R^2 = 0,368				F_{hitung} = 7,200 Sig = 0,001	

Sumber: data diolah (2012)

Hasil penelitian ini ternyata mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kwanmas (2010), Lisna dan Rifai (2011) bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap nilai impor beras di Indonesia adalah PDB, sedangkan inflasi dan kurs tidak memliki pengaruh signifikan terhadap nilai impor. Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian Rustyaningsih (2003) khususnya pada variabel PDB, yang menyatakan PDB tidak berpengaruh signifikan terhadap impor.

Tabel 4.2 Kesimpulan Hasil Penelitian

Sumber: peneliti (2012)

Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
Kwanmas (2010)	Analysis of Affecting Imports of Rice Indonesia	Produksi beras domestik	Signifikan
		Produk Domestik Bruto	Signifikan
		Impor beras tahun lalu	Signifikan
Lisna dan Rifai (2011)	Faktor Ekonomi Makro yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Era Pemerintahan SBY Jilid I	PDRB Riil per Kapita	Signifikan
		PDRB Nominal per Kapita	Signifikan
		Inflasi	Tidak Signifikan
		Harga Beras	Signifikan
		Indeks Pembangunan Manusia	Signifikan
Rustyaningsih (2003)	faktor yang mempengaruhi permintaan barang konsumsi	PDB Kurs	Signifikan signifikan
Astuti (2007)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Impor Beras di Indonesia	Harga relatif Jumlah Penduduk PDB	pengaruh Negatif Pengaruh Positif Pengaruh Positif
Yulianti & Esti (2012)	Analisis Pengaruh Indikator Makroekonomi terhadap Nilai Impor Beras di Indonesia	Produk Domestik Bruto (PDB)	Signifikan
		Inflasi	Tidak Signifikan
		Nilai Tukar Rupiah terhadap Dollar	Tidak Signifikan

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Produk domestik bruto (PDB) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai impor beras di indonesia. Sedangkan inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai impor beras di Indonesia.

Secara simultan, produk domestik bruto (PDB), inflasi, dan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika berpengaruh signifikan terhadap nilai impor beras di Indonesia periode Januari 2004 sampai dengan Maret 2012. Kontribusi variabel bebas yang terdiri dari produk domestik bruto (PDB), inflasi, dan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika terhadap

variabel terikat yaitu nilai impor beras di Indonesia sebesar 36,8 persen.

Rekomendasi

Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel lain berupa variabel fundamental yang dapat berpengaruh terhadap nilai impor beras sehingga nilai koefisien determinasinya dapat ditingkatkan dan metode penelitian menjadi lebih baik. Penelitian mendatang hendaknya mengarahkan penelitian pada obyek penelitian yang lebih luas dengan menggunakan objek penelitian terhadap bahan konsumsi yang serupa seperti jagung, gandum, dan lainya yang tercatat pada Badan Pusat Statistik (BPS) serta sampel yang lebih banyak atau penambahan periode penelitian, sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik karena unsur keterwakilan data yang lebih tinggi dibandingkan pengambilan sampel yang lebih sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Sudjari. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor dan Impor Indonesia. Data diterbitkan. Purwokerto: Program Pasca Sarjana Universitas Jenderal Soedirman. (Online), (http://mie.unsoed.ac.id, diakses 31 Juli 2012).

Agust Supriadi. (2012). Tingkat Inflasi rendah karena impor beras, (Online), (http://www.bisnis.com/articles/, diakses 01 Agustus 2012).

Case, Karl.E. & Fair, Ray.C. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Dani Rustyaningsih. (2003). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Impor Barang Konsumsi di Indonesia. Solo: Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta, (Online), (http://digilib.uns.ac.id, diakses 31 Juli 2012).

Dian Eko Prasetyo. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Impor Beras di Indonesia. Skripsi. Data diterbitkan. Surabaya: Program Sarjana UPN Surabaya, (Online), (http://eprints.upnjatim.ac.id/1799/1/file1.pdf, diakses 03 Juni 2012).

Eko Atmadji, (2004). Jurnal Ekonomi Pembangunan. *Analisis Impor Indonesia*, (Online), Vol.9. No.1: 33-46, (http://journal.uii.ac.id/index.php/JEP/article/view, diakses 02 Mei 2012).

Hedwigis Esti, dkk. (2011). Konferensi Nasional Riset Manajemen V. *Analisis Faktor Internal dan Eksternal Bank yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum di Indonesia.*

Herlina Tarigan. (2003). Dilema Pangan Beras Indonesia., (Online), (http://pustaka.litbang.deptan.go.id/lengkap/st230403-1.pdf, diakses 10 Oktober 2012).

Irawan. (2005). Prosiding Multifungsi Pertanian. *Analisis Ketersediaan Beras Nasional: Suatu Kajian Simulasi Pendekatan Sistem Dinamis*, (Online),

(http://balittanah.litbang.deptan.go.id , diakses 14 Maret 2012).

Iskandar Putong. (2010). *Economics: Pengantar Mikro dan Makro Edisi 4*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Koran Jakarta. (2011). 09 November. Mendag tekan Impor Beras, (Online), (http://m.koran-jakarta.com/?id=75645&modeberitadetail=1, diakses 19 September 2012).

Ni Nyoman Yuliarmi. (2005). *Pengaruh PDB dan Inflasi dalam Negeri terhadap Nilai Impor Migas Indonesia Periode 1993-2005*, (Online), (http://ejournal.unud.ac.id, diakses 26 Januari 2012).

Perum BULOG tentang Cadangan Beras Pemerintah (2010). Jakarta: (Online), (http://www.bulog.co.id/sekilascbp_v2.php, diakses 09 Oktober 2012).

Pratama Rahardja & Mandala Manurung. (2008). *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar Edisi 4*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas ekonomi Universitas Indonesia.

Radix Adiningar. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impor Beras di Jawa Timur. Data diterbitkan. Skripsi. Surabaya: Program Sarjana UPN Surabaya, (Online), (http://eprints.upnjatim.ac.id/569/1/file1.pdf, diakses 31 Juli 2012).

Sadono Sukirno. (2011). *Makroekokonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Salvatore, Dominick. (2001). Managerial Economics dalam Perekonomian Global Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Sri Astuti. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Impor Beras di Indonesia. Tesis tidak diterbitkan. Depok: Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia.

Sugeng, dkk. (2010). Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. *Pengaruh Dinamika Penawaran dan Permintaan Valas Terhadap Nilai Tukar dan Kinerja Perekonomian Indonesia*, (Online), (http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/, diakses 31 Juli 2012).

Vera Lisna & Nila Rifai. (2011). Epn IPB. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Era Pemerintahan SBY Jilid I*, (Online), (http://burhan.staff.ipb.ac.id/files/2011, diakses 18 Oktober 2012).

Wirman Kwanmas. (2010). IEU Global Network International Journal of Bussiness. *The Analysis of Affecting Imports of Rice Indonesia*, (Online), Vol.3. No.1 March 2010, (http://journal.ieu.ac.id, diakses 18 Oktober 2012).

THE EXISTENCE OF BMT MANAGEMENT IN PUBLIC ECONOMICS

Herry Sutanto[1)]
E-mail : sutanto.herry@rocketmail.com
[1)]Lecturer of Management Program
UIN SGD Bandung

ABSTRACT

The existence of a run during a BMT is not only purely pursuing profit at the world but also of whether a transaction is lawful or unlawful, and what consequences for life in the world and the Hereafter later. BMT is expected to be buffer main pillars of economic resilience of the system and is able to bring people to the goal of human life that is happiness in the world and happiness in the Hereafter, through the road that diridhai Allah SWT. BMT professionalism required of managers to understand the true knowledge and experience about the behavior of customers, cash management, credit management, and risk management, so there is every opportunity that can be taken to improve the performance of BMT. Thus, BMT is one of sharia financial institutions have an important role in the economic empowerment, especially for the small and medium enterprises, and must follow the provisions and implementing regulations issued by the government that regulates business activities in a Sharia-based operations. Socialization of sharia transaction, quality improvement, and expansion of insight, courage and diligence of the ulama in the challenges of the age need to be continuously improved in an integrated system of guidance.

Keywords: *Micro Finance, Management*

ABSTRAK

Eksistensi BMT yang dijalankan selama ini tidak hanya semata-mata mengejar keuntungan di dunia saja tetapi juga memperhatikan apakah suatu transaksi itu halal atau haram, dan apa akibatnya bagi kehidupan di dunia dan di akhirat nanti. BMT diharapkan mampu menjadi pilar penyangga utama sistem ketahanan ekonomi umat serta mampu membawa umat kepada tujuan hidup manusia yaitu kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat melalui jalan yang diridhai Allah SWT. Diperlukan profesionalisme pengelola BMT yang memahami benar ilmu dan pengalaman antara lain tentang perilaku nasabah, manajemen kas, manajemen kredit, dan manajemen resiko, sehingga setiap peluang yang ada dapat diambil untuk meningkatkan kinerja BMT. Dengan demikian BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah mempunyai peran penting dalam memberdayakan ekonomi umat, khususnya bagi kalangan usaha kecil dan menengah serta harus mengikuti dan melaksanakan ketentuan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah yang mengatur kegiatan usaha yang berbasis syariah dalam operasionalnya. Sosialisasi tentang transaksi syariah, peningkatan kualitas, dan perluasan wawasan serta keberanian pengambilan *ijtihad* dari kaum ulama dalam menjawab tantangan zaman perlu secara terus menerus ditingkatkan dalam suatu sistem pembinaan yang terpadu.

A. PENDAHULUAN

Eksistensi BMT yang dijalankan selama ini tidak hanya semata-mata mengejar keuntungan di dunia saja tetapi juga memperhatikan apakah suatu transaksi itu halal atau haram, dan apa akibatnya bagi kehidupan di dunia dan di akhirat nanti. BMT diharapkan mampu menjadi pilar penyangga utama sistem ketahanan ekonomi umat serta mampu membawa umat kepada tujuan hidup manusia yaitu kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat melalui jalan yang diridhai Allah SWT. Diperlukan profesionalisme pengelola BMT yang memahami benar ilmu dan pengalaman antara lain tentang perilaku nasabah, manajemen kas, manajemen kredit, dan manajemen resiko, sehingga setiap peluang yang ada dapat diambil untuk meningkatkan kinerja BMT. Dengan demikian BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah mempunyai peran penting dalam memberdayakan ekonomi umat, khususnya bagi kalangan usaha kecil dan menengah serta harus mengikuti dan melaksanakan ketentuan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah yang mengatur kegiatan usaha yang berbasis syariah dalam operasionalnya. Sosialisasi tentang transaksi syariah, peningkatan kualitas, dan perluasan wawasan serta keberanian pengambilan *ijtihad* dari kaum ulama dalam menjawab tantangan zaman perlu secara terus menerus ditingkatkan dalam suatu

sistem pembinaan yang terpadu.

BMT atau Baitul Maal wa Tamwil yang kemudian dikenalkan dalam bahasa Indonesia sebagai Balai Usaha Mandiri Terpadu, secara konsepsi diartikan sebagai suatu lembaga yang didalamnya mencakup dua jenis kegiatan sekaligus, yaitu kegiatan yang bertujuan *profit oriented* dan kegiatan *social oriented*.

Dari awal pembentukannya, BMT disiapkan untuk mengembangkan aspek-aspek produksi dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi skala kecil dan menengah, yang dijalankan berdasarkan sistem syariah Islam.

Kegiatan ekonomi ini jika bertujuan *profit oriented*, maka BMT pun harus dijalankan berdasarkan kaidah umum ekonomi, seperti harus mampu menghasilkan pendapatan yang dapat menutup keseluruhan biaya yang diperlukan dalam menjalankan operasional BMT. Dengan demikian masalah-masalah efisiensi usaha, penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat, akuntansi, perpajakan, serta manajemen resiko sudah harus merupakan kegiatan rutin sehari-hari bagi manajemen maupun karyawan BMT.

Meskipun salah satu tujuannya sama yaitu *profit oriented*, namun ada ciri yang membedakan BMT dengan kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh badan usaha konvensional lainnya. BMT dijalankan berdasarkan kaidah-kaidah syariah Islam, yang mempunyai cakupan lebih luas, lebih sempurna karena bersumber dari Al-Quran dan As-Sunah. BMT dijalankan tidak hanya semata-mata mengejar keuntungan di dunia saja tetapi juga memperhatikan apakah suatu transaksi itu halal atau haram, dan apa akibatnya bagi kehidupan di dunia serta di akhirat nanti.

Ciri khas lainnya dari BMT adalah mempunyai fungsi *social oriented*. Secara konsepsi BMT adalah suatu lembaga yang didalamnya juga mencakup kegiatan mengumpulkan dana dari berbagai sumber yang penggunaannya untuk kepentingan sosial kemasyarakatan. Dana yang dikumpulkan dan disalurkan BMT diantaranya berupa zakat, infak, shadaqah, hibah, dan wakaf.

Melihat kedudukannya yang strategis tersebut, BMT yang dijalankan berdasarkan syariah Islam diharapkan mampu menjadi pilar penyangga utama sistem ketahanan ekonomi umat serta mampu membawa umat kepada tujuan hidup manusia yaitu kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat melalui jalan yang diridhai Allah SWT.

Walaupun tujuan yang ingin dicapai BMT dan lembaga keuangan syariah lainnya lebih mulia dibandingkan lembaga keuangan konvensional, namun pada kenyataan kontribusi lembaga keuangan syariah termasuk BMT terhadap total industri perbankan nasional relatif kecil. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah, ulama, para ilmuwan, praktisi perbankan, organisasi profesi seperti Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dan lain-lain yang peduli tentang ekonomi syariah sehingga pada beberapa tahun terakhir ini perkembangan lembaga keuangan syariah sangat pesat jauh melampaui pertumbuhan lembaga

keuangan konvensional. Masih banyak permasalahan operasional dan ketentuan syariah serta regulasi pemerintah yang perlu disempurnakan agar BMT dapat tumbuh sejajar dengan bank-bank konvensional yang sudah terlebih dahulu beroperasi dan menjadi satu-satunya sistem perbankan di Indonesia pada masa lalu. Diperlukan kerja keras dan kerja cerdas untuk mensosialisasikan dan menyempurnakan sistem ekonomi syariah agar perannya makin dibutuhkan dalam memberdayakan ekonomi umat, yang pada gilirannya diharapkan mampu menopang salah satu pilar ekonomi Indonesia dari sektor swasta/masyarakat.

B. Paradigma Transaksi Syariah

Syariah bagi kehidupan seorang muslim dan umat Islam secara keseluruhan adalah sangat penting karena Syariah menurut Safi, Louay M. dalam bukunya *Islamic Law and Society*, yang diterbitkan pada tahun 1990 oleh *The American Journal of Islamic Social Sciences 7 (2)*, sebagaimana dikutip oleh Iwan Triyuwono, dalam bukunya *Perspektif, Metodologi, dan Teori Akuntansi Syariah, 2006, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta*, adalah:

"… memberikan satu set kriteria agar yang benar (hak) dapat dibedakan dengan yang salah (batil). Dengan taat pada ketentuan-ketentuan hukum (yang ditetapkan dalam syariah tersebut), umat Islam akan dapat mengembangkan (atau menciptakan) suatu masyarakat yang mulia dari segi moral maupun segi kualitas material dibanding dengan masyarakat lain yang gagal mengikuti kehendak (hukum) Tuhan."

Dalam tataran praktis Ikatan Akuntan Indonesia menjabarkan bahwa transaksi syariah berlandaskan pada paradigma dasar bahwa alam semesta diciptakan oleh Allah SWT sebagai amanah (kepercayaan Ilahi) dan sarana kebahagiaan hidup bagi seluruh umat manusia untuk mencapai kesejahteraan hakiki secara material dan spiritual (*al-falah*). Paradigma dasar ini menekankan setiap aktivitas umat manusia memiliki akuntabilitas dan nilai *ilahiah* yang menempatkan perangkat syariah dan akhlak sebagai parameter baik dan buruk, benar dan salahnya aktivitas usaha. Paradigma ini akan membentuk integritas yang membantu terbentuknya karakter tata kelola yang baik (*good governance*) dan disiplin pasar (*market discipline*) yang baik.

C. Asas Transaksi Syariah

Dalam menjalankan transaksi syariah terdapat prinsip-prinsip yang harus dipegang teguh dan dipedomani serta dilaksanakan oleh pihak-pihak yang terkait dengan pelaksanaan ekonomi syariah. Implementasi prinsip-prinsip syariah harus bersifat total komprehensif (*kaffah*) dan tidak boleh setengah-setengah (*parsial*). Hal ini dimaksudkan agar pengelolaan BMT dan lembaga keuangan syariah pada umumnya untuk benar-benar mengikuti aturan main yang semestinya, atau paling tidak mendekati yang semestinya. Selain itu juga bisa dihindari praktek-praktek ambivalensi

manajemen yang sering terjadi di banyak lembaga keuangan syariah selama ini, di mana di satu sisi prinsip-prinsip syariah tampak konsisten diikuti, sementara pada sisi lain prinsip-prinsip syariah sebagian ditinggalkan dalam proses manajemennya.

Dalam masalah transaksi syariah, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) telah merinci bahwa transaksi syariah berasaskan pada prinsip:

(a) persaudaraan (*ukhuwah*);
(b) keadilan (*'adalah*);
(c) kemaslahatan (*maslahah*);
(d) keseimbangan (*tawazun*);
(e) universalisme (*syumuliyah*).

Prinsip persaudaraan (*ukhuwah*) esensinya merupakan nilai universal yang menata interaksi sosial dan harmonisasi kepentingan para pihak untuk kemanfaatan secara umum dengan semangat saling tolong menolong. Transaksi syariah menjunjung tinggi nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat (*sharing economics*) sehingga seseorang tidak boleh mendapat keuntungan di atas kerugian orang lain. *Ukhuwah* dalam transaksi syariah berdasarkan prinsip saling mengenal (*ta'aruf*), saling memahami (*tafahum*), saling menolong (*ta'awun*), saling menjamin (*takaful*), saling bersinergi dan beraliansi (*tahaluf*).

Prinsip keadilan (*'adalah*) esensinya menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai posisinya. Implementasi keadilan dalam kegiatan usaha berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur:

(a) riba (unsur bunga dalam segala bentuk dan jenisnya, baik riba *nasiah* maupun *fadhl*);
(b) kezaliman (unsur yang merugikan diri sendiri, orang lain, maupun lingkungan);
(c) *maysir* (unsur judi dan sikap spekulatif);
(d) *gharar* (unsur ketidak jelasan); dan
(e) haram (unsur haram, baik dalam barang maupun jasa serta aktivitas operasional yang terkait).

Prinsip kemaslahatan (*mashlahah*) esensinya merupakan segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Kemaslahatan yang diakui harus memenuhi dua unsur yakni kepatuhan syariah (*halal*) serta bermanfaat dan membawa kebaikan (*thayib*) dalam semua aspek-aspek secara keseluruhan yang tidak menimbulkan kemudharatan. Transaksi syariah yang dianggap bermaslahat harus memenuhi secara keseluruhan unsur-unsur yang menjadi tujuan ketetapan syariah (*maqasid sya-riah*), yaitu berupa pemeliharaan terhadap :

(a) akidah, keimanan dan ketakwaan (*hifzu ad-dien*);
(b) intelek (*hifzu al-'aql*);
(c) keturunan (*nasl*);
(d) jiwa dan keselamatan (*hifzu an-nafs*), dan
(e) harta benda (*hifzu al-mal*).

Prinsip keseimbangan (*tawa-zun*) esensinya meliputi keseimbangan aspek material dan spiritual, aspek *private* dan *public*, sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial,

serta keseimbangan aspek pemanfaatan dan pelestarian. Transaksi syariah tidak hanya menekankan pada maksimalisasi keuntungan perusahaan semata untuk kepentingan pemilik (*shareholder*), sehingga manfaat yang didapatkan tidak hanya difokuskan pada kepentingan para pemilik (*shareholders*), tetapi pada semua pihak yang dapat merasakan manfaat adanya suatu kegiatan ekonomi (*stakeholders*).

Prinsip universalisme (*syumuliyah*) esensinya dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan, sesuai dengan semangat bahwa syariah Islam merupakan kerahmatan bagi semesta alam (*rahmatan lil alamin*).

D. Baitul Maal, Baituttamwil, dan Baitul Maal wa Tamwil (BMT)

BMT atau Baitul Maal wa Tamwil sebenarnya merupakan sebuah lembaga yang menjalankan dua fungsi yaitu sebagai *baitul maal* dan sebagai *baituttamwil*. Fungsi masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

(a) *Baitul Maal*, adalah lembaga keuangan berorientasi sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menampung serta menyalurkan harta dana umat Islam yang bersifat non komersial. Sumber dana berupa Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS), hibah, sumbangan, dan lain-lain berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al-Quran dan Sunnah Rasul-Nya. *Baitul Maal* tidak dapat dialihkan untuk kepentingan bisnis atau mencari laba (*profit oriented*) karena berorientasi sosial keagamaan.

(b) *Baituttamwil*, adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif serta menguntungkan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.

(c) *Baitul Maal wa Tamwil*, atau biasa dikenal dengan sebutan BMT adalah lembaga keuangan yang secara nyata memiliki dua bidang kegiatan sekaligus, yaitu sebagai pengelola ZIS (*social oriented*) dan menjalankan perbankan syariah (*profit oriented*). Bila salah satu diantaranya tidak ada, maka tidak boleh disebut BMT melainkan *Baitul Maal* atau *Baituttamwil* saja. Keduanya merupakan suatu sistem dalam wadah BMT yang bekerja sinergi dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain, dengan demikian sebuah lembaga keuangan tidak bisa disebut BMT apabila secara nyata *Baitul Maal*nya tidak ada, dan atau *Baitut-tamwil*nya tidak tunduk mengikuti prinsip syariah.

E. Penghimpunan dan Penyaluran Dana Umat untuk Tujuan *Profit Oriented*

Kegiatan operasional utama lembaga keuangan syariah termasuk BMT dalam menjalankan fungsinya selaku penghimpun dan penyalur dana umat untuk tujuan *profit oriented* meliputi fungsi-fungsi selaku:

(a) Manajer Investasi

Salah satu fungsi bank syariah dalam hal ini termasuk pula BMT yang sangat penting adalah selaku manajer investasi, maksudnya adalah BMT tersebut berfungsi selaku manajer investasi dari pemilik dana yang menempatkan dananya di BMT. Besar kecilnya pendapatan (bagi hasil) yang diterima oleh para pemilik dana sangat tergantung pada keahlian, kehati-hatian, dan profesionalisme dari pengelola BMT.

Dana yang dapat dihimpun dari masyarakat atau bank/lembaga keuangan lainnya dapat berupa :

(1) Simpanan
  (1.1) Giro *wadiah*
  (1.2) Tabungan *wadiah*
(2) Simpanan bank lain
  (2.1) Giro *wadiah*
  (2.2) Tabungan *wadiah*
(3) Dana *Syirkah* Temporer
  (3.1) *Syirkah* temporer dari bukan bank (Tabungan *mudharabah*, Deposito *mudharabah)*
  (3.2) *Syirkah* temporer dari bank (Tabungan *mudharabah*, Deposito *mudharabah*
(4) *Musyarakah*

(b) Investor

Dalam menjalankan fungsinya sebagai investor, BMT dapat menginvestasikan dana yang berhasil dihimpun dari pihak luar serta dana milik BMT sendiri dengan jenis dan pola investasi yang sesuai dengan syariah, diantaranya adalah :

(1) Giro pada bank lain
(2) Penempatan pada bank lain
(3) Investasi pada efek/surat berharga
(4) Akad *Murabahah*
(5) Akad *Salam*
(6) Akad *Istishna'*
(7) Akad *Mudharabah*
(8) Akad *Musyarakah*

(c) Jasa Keuangan lainnya

Dalam menjalankan fungsi ini, BMT dapat memberikan layanan seperti pembayaran gaji, pembayaran listrik, pembayaran telepon, dan lain-lain yang perlu diperhatikan adalah agar dalam menjalankan jasa keuangan lainnya tersebut, prinsip-prinsip syariah tidak dilanggar.

F. Dana *Syirkah* Temporer

Berbeda dengan operasional/jenis produk yang ditawarkan oleh bank konvensional, pada lembaga keuangan syariah termasuk BMT terdapat produk spesifik yang hanya ada dalam sistem syariah yaitu penghimpunan dana umat yang dikenal dengan dana *syirkah* atau *musyarakah*.

Lembaga-lembaga keuangan Islam menerjemahkan *syirkah* atau *musya-rakah* dengan istilah *"participation financing",* atau kemitraan yang memberikan modal guna membiayai suatu investasi. Dalam hal ini lembaga keuangan Islam memberikan fasilitas *musyarakah* kepada nasabahnya untuk berpartisipasi dalam suatu proyek kegiatan. Sebagai partner bagi para nasabah, lembaga keuangan Islam mempunyai hak yang sama dengan sesama mitra usaha lainnya untuk turut serta mengelola usaha yang dibiayai, memperoleh keuntungan, dan menanggung resiko kerugian yang telah diatur berdasarkan kesepakatan *profit and loss sharing principle* pada akad perjanjian sebelumnya, atau lebih dikenal dengan istilah bagi hasil.

Pada tataran implementasi, IAI mengistilahkan dana *syirkah* sebagai Dana *Syirkah* Temporer yaitu dana yang diterima oleh entitas syariah,

dimana entitas syariah mempunyai hak untuk mengelola dan menginvestasikan dana, baik sesuai kebijakan entitas syariah atau kebijakan pembatasan dari pemilik dana, dengan keuntungan dibagikan sesuai dengan kesepakatan sedangkan dalam hal dana *syirkah* temporer berkurang disebabkan kerugian normal yang bukan akibat unsur kesalahan yang disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan, entitas syariah tidak berkewajiban mengembalikan atau menutup kerugian atau kekurangan dana tersebut. Contoh dari dana *syirkah* temporer adalah penerimaan dana dari investasi *mudharabah muthlaqah, mudharabah muqayyadah, musyarakah.*

Bagi lembaga keuangan syariah, dana *syirkah* temporer tidak dapat digolongkan sebagai kewajiban. Hal ini karena entitas syariah tidak berkewajiban ketika mengalami kerugian untuk mengembalikan jumlah dana awal dari pemilik dana kecuali akibat kelalaian atau wanprestasi entitas syariah. Di sisi lain, dana *syirkah* temporer tidak dapat digolongkan sebagai ekuitas karena mempunyai waktu jatuh tempo dan pemilik dana tidak mempunyai hak kepemilikan yang sama dengan pemegang saham.

G. Permasalahan BMT dalam Implementasi Prinsip-prinsip Syariah

(a) Penghimpunan dana *wadi'ah*

Secara umum terdapat dua jenis *wadi'ah* : *wadi'ah yad al-amanah* dan *wadi'ah yad adh-dhamanah*. Dengan konsep *wadiah yad al-amanah*, pihak yang menerima titipan (dalam hal ini BMT) tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan. Sewaktu-waktu penitip dapat mengambil titipannya, dan pihak yang menerima titipan harus selalu siap menyerahkan jika titipan akan diambil oleh penitip. Pihak penerima titipan dapat membebankan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan.

Pada konsep *wadi'ah yad adh-dhamanah*, harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan (BMT) serta apabila titipan tersebut dimanfaatkan maka akan menghasilkan manfaat atau nilai tambah, namun demikian tidak ada keharusan bagi BMT untuk memberikan hasil pemanfaatan kepada penitip. Pada bank konvensional memberikan jasa giro sebagai imbalan yang dihitung berdasarkan prosentase tertentu yang telah ditetapkan dimuka. Adapun pada BMT pemberian bonus (semacam jasa giro) tidak boleh disebutkan dalam kontrak ataupun dijanjikan dalam akad, tetapi benar-benar merupakan pemberian sepihak dari BMT sebagai tanda terima kasih dan sebaliknya bila BMT menderita kerugian atas pemanfaatan titipan tersebut maka BMT harus menanggung risiko kerugiannya.

Permasalahan yang dihadapi BMT adalah dalam menarik minat dan menjelaskan prinsip-prinsip *wadi'ah* menurut ajaran syari'ah kepada calon nasabah. Pada umumnya tingkat pengetahuan kesyariahan nasabah sendiri masih sangat rendah karena sudah terbiasa dengan sistem prosentase jasa giro pada bank konvensional. Untuk menarik minat calon nasabah sebagai "jalan pintas" pada beberapa kasus pihak BMT

kemudian menyebut pembayaran bonus atas pemanfaatan titipan sebagai "bagi hasil" yang besarannya ditentukan di muka atas dasar perbandingan tertentu yang akan menghasilkan besaran angka bonus yang tidak jauh berbeda dengan hitungan prosentase jasa giro pada bank konvensional.

(b) Penghimpunan Dana *Mudharabah*

Mudharabah adalah salah satu akad kerja sama kemitraan berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi (*profit and loss sharing principle*) antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*) dalam hal ini BMT.

Kemitraan dalam *mudharabah* adalah betul-betul murni saling bisa mempercayai dan dipercayai antara pemilik modal dan *mudharib*, sehingga pemilik dana pun tidak diperkenankan melakukan intervensi dalam bentuk apapun selain hak melakukan pengawasan untuk menghindari pemanfaatan dana di luar kesepakatan.

Disebut *profit and loss sharing* karena jika di kemudian hari usaha yang dijalankan oleh *mudharib* memperoleh keuntungan maka masing-masing berhak atas bagian keuntungan yang porsinya ditentukan berdasarkan kesepakatan awal. Sebaliknya bila usaha yang dijalankan *mudharib* merugi, beban kerugian dipikul bersama, dimana pihak pemilik dana kehilangan sebagian atau seluruh modalnya, dan pihak *mudharib* kehilangan kesempatan memperoleh hasil dari jerih payah serta pengorbanan yang telah dikeluarkannya.

Secara garis besar, mudharabah terbagi menjadi dua jenis yaitu *mudharabah muthlaqah (general investment*) dan *mudharabah muqayyadah (special investment).*

Pada *mudharabah muthlaqah* pemilik dana tidak memberikan batasan-batasan atas dana yang diinvestasikannya. BMT selaku *mudharib* diberi wewenang penuh mengelola dana tersebut tanpa terikat waktu, tempat, jenis usaha, dan jenis pelayanannya sedangkan pada *mudharabah muqayyadah*, pemilik dana memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya. *Mudharib* hanya bisa mengelola dana tersebut sesuai dengan batasan yang diberikan pemilik dana, misalnya hanya untuk jenis usaha tertentu, tempat tertentu, dan waktu tertentu.

Dikaitkan dengan pelaksanaan syari'ah, pihak BMT selaku *mudharib* tidak diperkenankan menjanjikan pemberian keuntungan tetap per jangka waktu tertentu dalam jumlah tertentu dengan sistem prosentase tertentu sebagaimana lazim berlaku dalam sistem perbankan konvensional. Hal demikian tidak lain karena Al-Quran menjelaskan dengan tegas bahwa tidak ada seorang manusia di muka bumi yang dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan terjadi esok hari. Atas dasar itu, penentuan dimuka keuntungan pasti dalam bentuk dan cara apapun sebelum usaha dijalankan, merupakan bagian dari perbuatan mendahului kehendak Tuhan, dan ini bertentangan dengan ajaran agama. Hal ini sesungguhnya yang ingin dijauhi lembaga keuangan syariah termasuk BMT.

Permasalahan yang dihadapi di lapangan oleh BMT selaku *mudharib* dalam menghimpun dana *mudharabah* hampir sama dengan penghimpunan

dana *wadi'ah*, yaitu dari sisi masyarakat masih kurangnya tentang pemahaman prinsip-prinsip transaksi syariah, mereka masih berpaling pada sistem bank konvensional sebagai acuan pem-banding. Di samping itu karena umumnya dana yang akan dititipkan nasabah relatif lebih besar, pada banyak kasus calon nasabah masih meragukan dan menganggap *mudharabah* berpotensi dapat mengancam keselamatan dananya. Faktor kepercayaan (*trust*) pada BMT akan mengelola secara profesional, hati-hati, dijalankan secara syari'ah dan pada ujungnya diharapkan akan memberikan keuntungan bagi pemilik modal masih menjadi hambatan utama yang perlu secara terus menerus perlu mendapat perhatian dan perbaikan baik dari sisi masyarakat maupun BMT selaku *mudharib*.

Dari sisi *mudharib*, kondisi umat yang masih dalam proses penyiapan diri untuk bertransaksi syariah secara *kaffah* sering membawa *mudharib* pada situasi yang dilematis, pada satu sisi harus memasarkan produk-produk BMTnya untuk memenuhi target-target yang ditetapkan pemilik BMT, menjalankannya secara murni syariah, namun pada sisi lain masyarakat/umat belum sepenuhnya siap. Hal tersebut dapat mendorong pengelola BMT untuk menjadi *permissive* terhadap penyimpangan penerapan prinsip-prinsip kesyariahan. Keadaan seperti ini pada gilirannya dapat memicu opini masyarakat seperti anggapan bahwa BMT sebagai lembaga keuangan Islam yang belum tentu Islami, atau lembaga keuangan Islam yang masih dalam tataran formalistik dan belum menyentuh hal-hal yang lebih substantik.

(c) Penghimpunan Dana *Musya-rakah* (*equity participation*)

Pada akad *musyarakah*, pihak nasabah maupun BMT melakukan andil dalam penyertaan modal. Semua modal yang terkumpulkan harus disatukan dan dikelola bersama-sama dalam proyek yang sudah ditentukan. Keuntungan atau kerugian dari kegiatan usaha yang dijalankan bersama itu akan ditanggung oleh masing-masing pihak berdasarkan kesepakatan bersama di awal perjanjian. Setelah proyek selesai bagian modal nasabah dan bagi hasil yang menjadi haknya diserahkan kembali kepada nasabah.

Pada beberapa kasus di lapangan ditemui adanya penyimpangan dalam penghimpunan dana *musyarakah*. Calon nasabah bersedia ikut dalam penyertaan modal untuk membiayai proyek tertentu tetapi mengajukan persyaratan agar dananya tidak merugi, dan bahkan tidak jarang meminta keuntungan pasti dalam jumlah tertentu sebelum dana tersebut benar-benar dikelola. Pada sisi pengelola BMT ada juga ditemui kasus karena berdasarkan perhitungan BMT proyeknya akan mendatangkan keuntungan maka pengelola BMT menawarkan penyer-taan modal kepada calon nasabah untuk melakukan akad musyarakah dengan janji akan diberi keuntungan tetap per bulan dalam jumlah tertentu. Dalam hal ini telah terjadi penyimpangan karena salah satu pihak tidak bersedia menanggung kerugian bila ternyata usaha yang dijalankan secara bersama tersebut merugi, disamping itu juga menjanjikan keuntungan di awal sebelum proyek betul-betul dilaksanakan termasuk telah menyalahi kaidah penghimpunan dana berdasarkan akad *musyarakah*.

(d) Penghimpunan Dana *wadi'ah*

Dana yang berhasil dihimpun dari dana *wadi'ah*, khususnya *wadiah yadh adh-dhamanah* dapat disalurkan kepada dunia usaha agar BMT dapat memperoleh manfaat berupa tambahan pendapatan yang berasal dari bagi hasil dari dunia usaha penerima penyaluran dana *wadi'ah*. Atas perolehan manfaat yang diterima BMT maka kepada nasabah dapat diberikan bonus yang besarannya ditetapkan sendiri oleh pengelola BMT.

Mengingat dana *wadi'ah* bersifat titipan yang sewaktu-waktu dapat ditarik oleh pemilik, namun disisi lain sebagian besar pemilik juga masih tetap menempatkan titipannya di BMT, ada peluang bagi pengelola BMT untuk memanfaatkan kas lebih (*excess cash*) sebagai salah satu sumber pembiayaan bagi dunia usaha.

Diperlukan profesionalisme pengelola BMT yang memahami benar ilmu dan pengalaman antara lain tentang perilaku nasabah, manajemen kas, manajemen kredit, dan manajemen resiko, sehingga setiap peluang yang ada dapat diambil untuk meningkatkan kinerja BMT. Dewasa ini, di luar negeri banyak yang telah berhasil mengkombinasikan prinsip *al-wadiah* dengan prinsip *al-mudharabah*. Dalam kombinasi ini, pengelola menentukan besarnya bonus dengan menetapkan prosentase dari keuntungan yang dihasilkan oleh dana *al-wadi'ah* ter-sebut dalam suatu periode tertentu. Dari sisi produk BMT sendiri perlu kreatifitas dalam meluncurkan produk-produk titipan *al-wadi'ah* sehingga lebih leluasa dalam pemanfaatannya, antara lain dengan memunculkan produk tabungan berjangka.

(e) Penyaluran dana *mudharabah*

Dalam rangka penyaluran dana *mudharabah*, BMT bertindak sebagai *shahib al-maal* (pemilik dana) dan nasabah sebagai *mudharib*. Akad *mudharabah* bukan perjanjian utang-piutang melainkan perjanjian kerja sama dalam usaha untuk mem-peroleh keuntungan yang dibagi berdasarkan akad perjanjian semula. BMT memberikan kepercayaan penuh kepada nasabah untuk memanfaatkan fasilitas pembiayaan berbagi hasil ini sebagai modal mengelola proyek atau usaha halal tertentu yang dianggap layak/*feasible* dan menjadi berguna bagi BMT sebelum akad ditandatangani untuk meneliti diantaranya unsur watak atau *character* dari calon nasabah sebagai salah satu faktor dari *the five C's of credit (Character, Capacity, Capital, Condition, dan Collateral).* Hal ini menjadi penting karena adanya kesalahan dalam penyaluran dana *mudharabah* akan berakibat fatal bagi BMT, mengingat *mudharabah* adalah berbagi untung dan rugi, sehingga tidak dapat diminta jaminan dari nasabah. Bila usaha yang dijalankan nasabah merugi, resiko finansial sepenuhnya menjadi tanggung jawab BMT sedangkan nasabah hanya menanggung rugi yang non-finansial.

Dengan resiko yang harus ditanggung seperti itu, banyak pengelola BMT yang enggan mengeluarkan produk penyaluran *mudharabah* karena dianggap dapat menghambat kelangsungan usaha BMT. Untuk mengurangi tingkat resiko, pada beberapa kasus di lapangan ditemui adanya pengurus BMT yang berani mengeluarkan produk *mudharabah* namun disertai persyaratan yang berakibat tidak terpenuhinya rukun

mudharabah, seperti BMT menetapkan ketentuan bahwa nasabah setiap bulan diwajibkan mengangsur pengembalian pokok dan perhitungan proporsi bagi hasil BMT.

(f) Penyaluran dana *murabahah*

Menurut beberapa kitab fiqih, *murabahah* terlaksana antara penjual dan pembeli berdasarkan harga barang, harga asli pembelian, serta keuntungan si penjual diketahui oleh pembeli. *Murabahah* merupakan akad jual beli antara BMT selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang. Dari transaksi tersebut BMT mendapatkan keuntungan jual-beli yang disepakati bersama.

Pada beberapa produk *murabahah* ditemui juga transaksi jual beli ini dilakukan dengan cara cicilan (*bai' bitsaman 'ajil*). BMT membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli barang tersebut dari pemasok kemudian menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan biaya keuntungan (*cost plus profit*), dan ini dilakukan melalui perundingan terlebih dahulu antara BMT dengan nasabah yang bersangkutan, termasuk kemungkinan cara pembayaran dengan cicilan.

Dalam *murabahah* terdapat dua transaksi, yaitu transaksi antara BMT dan pemasok barang, dan antara BMT dengan nasabah (pembeli barang). Namun demikian meskipun *murabahah* menyangkut jual beli barang tetapi pada hakikatnya adalah transaksi pembiayaan, dan fungsi BMT tetap sebagai pedagang jasa yang memberikan fasilitas pembiayaan, bukan sebagai pedagang barang.

Dari sudut pandang BMT, *murabahah* merupakan produk yang *profitable*, mudah dalam penerapan serta dengan tingkat resiko yang relatif terkendali. Besarnya keun-tungan yang diambil BMT atas transaksi *murabahah* bersifat konstan sampai akhir masa pelunasan oleh nasabah, dan tidak dipengaruhi oleh faktor luar seperti fluktuasi nilai tukar mata uang, tingkat suku bunga bank konvensional, dan lain-lain.

Sebaliknya jika nasabah mampu melunasi hutangnya lebih cepat maka berdasarkan kebijakan internal BMT, kepada nasabah tersebut dapat diberikan kompensasi (*rukhshah*) oleh BMT dalam bentuk pemberian hibah atau bonus.

Penyimpangan yang ditemui di lapangan dalam penyaluran dana *murabahah* antara lain obyek barang transaksi jual beli berstatus tidak jelas atau bahkan tidak ada sama sekali. Hal ini tentunya melanggar rukun *murabahah*.

(g) Penyaluran dana *musyarakah*

Akad *musyarakah* merupakan ikatan kerja sama dua orang atau lebih dengan tujuan memperoleh keuntungan. Penyaluran dana *musyarakah* berarti ada sebagian kekayaan BMT harus dikeluarkan/disalurkan kepada mitra (nasabah) sebagai kontribusi dana dari BMT dalam kerja sama dengan mitra (nasabah). Dalam akad *musyarakah* disepakati bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan di awal perjanjian (*profit and loss sharing contract*).

Bagi BMT ada faktor resiko dalam penyaluran dana *musyarakah* ini, meskipun relatif lebih ringan dibandingkan produk *mudharabah* karena nasabah telah menyediakan

sebagian modalnya untuk keperluan pengelolaan usaha.

Penyaluran dana *musyarakah* maupun *mudharabah* bagi BMT merupakan suatu dilema. Di satu sisi banyak nasabah membutuhkan fasilitas pembiayaan *musyarakah* dan *mudharabah*, namun di sisi lain, BMT mengelola dana nasabah yang mesti dijaga agar tetap utuh dan terbebas dari segala kemungkinan rugi. Padahal karakter dasar kedua produk ini yang terikat dengan prinsip berbagi untung dan rugi, menyebabkan BMT selalu khawatir bila modal yang disalurkannya pada kedua produk tersebut tidak men-datangkan keuntungan tetapi justru menyebabkan modal penyertaannya menjadi berkurang bahkan bisa hilang tak bersisa.

Pada praktek yang ditemui di lapangan, untuk meminimalisir kemungkinan menderita kerugian dalam penyaluran dana *musyarakah*, pengurus BMT ada yang mencoba dengan mengajukan persyaratan tentang besaran dan tata cara pengembalian modal ditambah bagi hasil hak BMT yang dibayarkan secara rutin tiap bulan. Selain itu ditemui juga adanya persyaratan dari BMT apabila usaha mitra/nasabah yang menerima penyaluran dana *musyarakah* mengalami kerugian, BMT hanya menuntut pengembalian pokok pembiayaan yang diberikan. Ini yang sering dikatakan masyarakat awam bahwa BMT mau berbagi hasil tetapi tidak mau berbagi rugi.

Tindakan/kebijakan pengurus BMT tersebut dapat dimaklumi karena kemungkinan dari pihak BMT pun mempunyai keterbatasan informasi, ilmu, pengalaman, dan pengetahuan tentang kegiatan usaha yang akan dikerjasamakan. Kajian kelayakan bisnis dari kegiatan yang akan dikerjasamakan kemungkinan hanya dapat dilakukan dari aspek finansial saja, aspek-aspek penting lainnya seperti perilaku pemasok, perilaku pelanggan, *marketing*, tingkat persaingan usaha, dan regulasi tidak dikuasainya. BMT seakan-akan berjalan dalam kegelapan hanya bisa meraba-raba, namun diminta untuk percaya sepenuhnya bahwa pihak mitra/nasabah dalam menjalankan usaha kerja sama akan bekerja dengan jujur dan professional serta tentu bukan sesuatu hal yang mudah.

H. Peran Dewan Pengawas Syariah dan Ulama dalam Pengembangan BMT

(a) Dewan Pengawas Syariah

Lembaga keuangan syariah dapat memiliki struktur organisasi yang sama dengan lembaga keuangan konvensional, tetapi unsur yang amat membedakan antara lembaga keuangan syariah dengan konvensional adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah dalam lembaga keuangan syariah.

(b) Peran ulama dalam sosialisasi pengembangan BMT

Menurut Syafi'i Antonio, peran penting ulama dalam mensosialisasikan perbankan syariah dan BMT kepada masyarakat, diantaranya adalah :

1. Menjelaskan kepada masyarakat bahwa pada dasarnya adalah penerapan *fiqih mu'amalah maaliyah*, yaitu bagaimana sesama manusia berhubungan dalam bidang harta, ekonomi, bisnis, dan keuangan.
2. Mengembalikan masyarakat

pada fitrah alam dan fitrah usaha yang pada dasarnya masih belum tentu dan harus diusahakan, yang kadang-kadang berhasil, kadang-kadang gagal, sedangkan bunga dalam sistem konvensional mengharuskan segalanya pasti berhasil.

Namun demikian ada juga kritikan terhadap ulama khususnya dalam perannya di Dewan Pengawas Syariah, yang menilai bahwa sebagian besar ulama kita masih bercorak tradisional-konservatif, sulit menerima perubahan, serta tidak memiliki wawasan yang memadai di bidang perbankan. Disamping itu, para ulama dinilai sangat kukuh memegang pendiriannya dalam memahami *ijtihad* dengan pengertian sempit. Akibatnya, ketika muncul persoalan aktual mengenai peristiwa hukum yang tidak didapati ketentuannya secara jelas dalam Al-Quran dan Hadist, serta tidak didapatkan keterangannya melalui kitab-kitab fikih, para ulama kurang berani melakukan *ijtihad* terhadap peristiwa hukum tersebut.

I. Penutup

Sebagai penutup, terdapat beberapa pokok pikiran sebagai berikut: *Pertama*, BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah mempunyai peran penting dalam memberdayakan ekonomi umat, khususnya bagi kalangan usaha kecil dan menengah; *Kedua*, BMT sebagai lembaga keuangan syariah harus mengikuti dan melaksanakan ketentuan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah yang mengatur kegiatan usaha yang berbasis syariah dalam operasionalnya, misalnya harus menyesuaikan akuntansi pencatatannya dengan PSAK tentang Akuntansi Perbankan Syariah serta revisinya; *Ketiga*, Untuk menjaga kepercayaan masyarakat khususnya para pemegang saham dan pendiri BMT maka BMT harus dikelola dengan baik, *profitable*, dan dikelola berdasarkan syariat Islam; *Keempat*, Kendala yang ditemui BMT dalam penghimpunan dan penyaluran dana umat yang dijalankan sesuai ketentuan syariah hendaknya tidak disikapi dengan mengambil jalan pintas yang justru menyimpang dari ajaran agama dan mengurangi kepercayaan umat atas kesyariahan BMT; *Kelima*, Sosialisasi dan peningkatan pemahaman masyarakat tentang transaksi syariah, peningkatan kualitas, dan kuantitas sumber daya insani dari BMT, serta perluasan wawasan dan keberanian pengambilan *ijtihad* dari kaum ulama dalam menjawab tantangan zaman perlu secara terus menerus ditingkatkan dalam suatu sistem pembinaan yang terpadu.

DAFTAR PUSTAKA

Habib Nazir dan Muhammad Hassanuddin, (2004), *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Kaki Langit, Bandung.

Ikatan Akuntan Indonesia (2002), *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah*, Salemba Empat, Jakarta.

Ikatan Akuntan Indonesia (2006), *Exposure Draft Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Syariah* dan *ED PSAK 101 (Revisi 2006) Penyajian Laporan Keuangan Syariah*, Dewan Standar Akuntansi Keuangan, Jakarta.

Makhalul Ilmi SM (2002), *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, UII Press, Yogyakarta.

Muhammad Syafi'i Antonio (2001), *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Gema Insani Press, Jakarta.

INVESTMENT AND DEVELOPMENT OF BORDER REGIONS

Agus Suroso[1)]
Nuryanti Taufik[2)]
E-mail : as_roso2010@yahoo.com
nuryanti.wibawa@gmail.com
[1)]Lecturer of Management Program in Economics Faculty
[2)]Pascasarjana Student of Magister Sains
Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

This is a case study on the potential of the border area entitled "Investment and Development of Border Regions". The purpose of this study was to determine the pattern of economic growth, potential sectors and regional development policies and programs of the border of Central Java and West Java. There are three areas in this paper, including Cilacap, Banjar and Ciamis region.

From the analysis of each area, found that each region has an investment opportunity that has not been developed maximally. The lack of inter-regional cooperation across various sectors, a major factor is less maximum development of the border region. The implication of this research is the need for cooperation among local governments of each border region with investors and the public to the potential and investment opportunities of each region can be developed to its full potential and be beneficial to all parties.

The forms of collaboration can be carried out by the border region Cilacap, Banjar and Ciamis, that is Commodity Collaboration, Trails Partnership, Accessibility Collaboration, System Information Collaboration, Partnership Marketing Commodity and Rest Area Regional Border Collaboration and other collaboration.

Keywords: *Border Regions, Collaboration, Investment*

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian studi kasus mengenai potensi daerah perbatasan dengan judul Peluang Investasi dan Pengembangan Kawasan Perbatasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pertumbuhan ekonomi, sektor-sektor potensial dan kebijakan serta program pengembangan wilayah daerah perbatasan Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Barat bagian Selatan. Terdapat tiga daerah yang menjadi pembahasan mengenai pengembangan kawasan perbatasan ini, diantaranya adalah Kabupaten Cilacap, Kota Banjar, dan Kabupaten Ciamis. Dari hasil analisis setiap daerah, diperoleh bahwa masing-masing daerah memiliki peluang investasi yang belum dikembangkan secara maksimal. Kurangnya kerjasama antar daerah diberbagai sektor menjadi faktor utama kurang maksimalnya pengembangan kawasan perbatasan tersebut. Implikasi dari penelitian ini adalah harus ada kerjasama antar pemerintah daerah dari masing-masing wilayah perbatasan dengan para investor dan masyarakat agar potensi dan peluang investasi dari masing-masing daerah bisa dikembangkan secara maksimal dan bisa bermanfaat bagi semua pihak. Adapun bentuk kerjasama yang bisa dilakukan oleh wilayah perbatasan Kabupaten Cilacap, Kota Banjar, dan Kabupaten Ciamis adalah Peluang Kerjasama Komoditas, Peluang Kerjasama Jalur Wisata, Peluang Kerjasama Akesisbilitas, Peluang Kerjasama Akses Informasi, Peluang Kerjasama Pemasaran Komoditas Unggulan dan Peluang Kerjasama Rest Area Wilayah Perbatasan dan kerjasama lainnya.

Kata Kunci : Wilayah Perbatasan, Kerjasama, Investasi

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang menerapkan asas desentralisasi dalam pemerintahannya. Masing-masing daerah memiliki kewenangan untuk mengurus dan mengatur daerahnya dan berhak melakukan kerjasama dengan pihak swasta atau daerah lain demi kepentingan bersama. Adanya otonomi daerah menjadikan pemerintah daerah mempunyai kewenangan yang lebih luas, nyata dan bertanggung jawab dalam mempersiapkan seluruh komponen daerah. Pelaksanaan otonomi daerah jelas mempertegas prinsip-prinsip demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan, serta potensi keanekaragaman daerah dan supremasi hukum. Dengan kewenangan dan tanggung jawab yang dimiliki, pemerintah daerah perlu menggali, mengolah dan memberdayakan potensi sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) daerahnya. Kegiatan tersebut perlu dilakukan pada seluruh kawasan secara merata baik di perkotaan, perdesaan dan wilayah perbatasan. Agar gerak laju dan dinamika pembangunan menjadi lebih cepat dan kokoh maka diperlukan kerjasama dan koordinasi pembangunan dengan daerah perbatasan.

Dalam kenyataan, kita mengenal batas wilayah administratif (sesuai peraturan perundangan), dan batas wilayah fungsional (sesuai hubungan sosial ekonomi lintas batas administratif). Setiap daerah memiliki batas wilayah administratif

yang ditentukan secara formal melalui peraturan perundangan, akan tetapi dalam kenyataan berbagai masalah dan kepentingan sering muncul sebagai akibat dari hubungan fungsional di bidang sosial ekonomi yang melewati batas-batas wilayah administratif tersebut. Dalam konteks ini, alasan utama diperlukan kerjasama antara pemerintah daerah adalah agar berbagai masalah lintas wilayah administratif dapat diselesaikan bersama dan sebaliknya agar banyak potensi yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bersama.

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses di mana Pemerintah Daerah dan Masyarakat mengelola sumberdaya-sumberdaya yang ada untuk menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi suatu daerah. Kenaikan tingkat produksi riil dan meningkatnya taraf hidup atau kesejahteraan masyarakat merupakan indikator keberhasilan pembangunan ekonomi suatu daerah. Namun dalam proses perkembangan wilayah ada daerah yang perkembangan ekonomi wilayah relatif cepat dan ada daerah yang perkembangan ekonomi wilayahnya relatif lambat sehingga menyebabkan munculnya ketimpangan pertumbuhan ekonomi antar wilayah. Perbedaan kondisi geografis, potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan infrastruktur suatu wilayah menyebabkan tingkat kemampuan berkembang suatu wilayah juga berbeda-beda (Bendavid-Val, 1983 : 6). Untuk mengurangi ketimpangan pertumbuhan ekonomi antar wilayah dan tercapainya keberhasilan pembangunan ekonomi daerah diperlukan suatu perencanaan dan kebijakan pembangunan daerah yang disesuaikan dengan kondisi geografis dan potensi ekonomi daerah yang bersangkutan (Arsyad,1999: 109).

Kerjasama daerah merupakan sarana untuk lebih memantapkan hubungan dan keterikatan daerah yang satu dengan daerah yang lain dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia, menyerasikan pembangunan daerah, mensinergikan potensi antar daerah dan/atau dengan pihak ketiga serta meningkatkan pertukaran pengetahuan, teknologi dan kapasitas fiskal. Melalui kerjasama daerah diharapkan dapat mengurangi kesenjangan daerah dalam penyediaan pelayanan umum khususnya yang ada di wilayah terpencil, perbatasan antar daerah dan daerah tertinggal. Pentingnya kerjasama antar daerah dipicu adanya isu daerah perbatasan yang cenderung memiliki kualitas yang rendah dalam bidang pelayanan publik, sarana dan prasarana pelayanan belum representatif dan rendahnya daya saing. Melalui kerjasama perbatasan diharapkan terwujud peningkatan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kesenjangan antar daerah dan meningkatkan pelayanan publik.

Daerah perbatasan Propinsi Jawa Tengah Bagian Selatan tergabung dalam kawasan Kabupaten Cilacap, Kota Banjar, dan Kabupaten Ciamis. Untuk meningkatkan Pembangunan Wilayah Kabupaten diperbatasan provinsi Jawa Tengah bagian selatan, diperlukan suatu Kebijakan Pengembangan Wilayah yang terarah dan sesuai dengan potensi ekonomi

wilayah yang terdapat pada masing-masing kecamatan di wilayah perbatasan tersebut. Dengan mengetahui potensi dan pola pertumbuhan ekonomi wilayah di setiap wilayah Kecamatan di Kabupaten perbatasan Provinsi Jawa Tengah bagian selatan, diharapkan Kebijakan dan Program Pengembangan Wilayah yang di terapkan untuk mengembangkan wilayah perbatasan tersebut akan menjadi lebih jelas arahnya.

B. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui pola pertumbuhan ekonomi pada masing-masing wilayah kecamatan di Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis.
2. Untuk mengetahui sektor-sektor yang potensial dan dapat dikembangkan pada masing-masing wilayah kecamatan di Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis.
3. Untuk mengetahui kebijakan dan program pengembangan wilayah yang dapat diterapkan untuk masing-masing wilayah kecamatan di Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis.

C. Manfaat Penelitian.

1. Bagi Pemerintah Daerah

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. dalam membuat Perencanaan dan Kebijakan dan Program Pembangunan di masa datang.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman tambahan dalam merumuskan berbagai kebijakan pembangunan wilayah Kecamatan di Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis..

2. Bagi Investor

Investor dapat memperoleh informasi yang lengkap mengenai peluang dan potensi investasi di wilayah perbatasan Jawa Tengah dan Jawa Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pembangunan Ekonomi Daerah.

Pembangunan ekonomi daerah adalah proses dimana pemerintah daerah dan masyarakat mengelola sumber daya yang ada dan membentuk pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk merangsang perkembangan kegiatan ekonomi daerah tersebut.

Tujuan utama dari pembangunan daerah adalah untuk meningkatkan jumlah dan peluang kerja masyarakat daerah, meningkatkan taraf hidup masyarakat daerah, menciptakan distribusi pendapatan masyarakat yang merata di daerah tersebut dan terjadinya pergeseran kegiatan ekonomi dari sektor primer ke sektor sekunder maupun tersier.

Pemerintah daerah bersama masyarakat harus secara bersama-sama melakukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan (Arsyad , 1999) :

1. Pembentukan institusi-institusi baru.
2. Pembangunan industri-industri alternatif.
3. Perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik.

4. Pembangunan perusahaan-perusahaan baru.
5. Identifikasi pasar-pasar baru.
6. Alih ilmu pengetahuan.

Dalam pelaksanaan pembangunan daerah, pemerintah hendaknya mempertimbangkan strategi penentuan kebijakan-kebijakan pembangunan yang tepat sesuai dengan ciri khas dan potensi daerah yang meliputi potensi sumber daya manusia, sumber daya alam dan lingkungan serta kelembagaan . Pembangunan ekonomi daerah dalam jangka panjang akan merubah struktur ekonomi suatu daerah dari kegiatan ekonomi tradisional yaitu kegiatan sektor pertanian berkembang ke sektor industri yang mendukung perkembangan sektor pertanian maupun ke sektor industri modern dan sektor jasa.

B. Pertumbuhan Ekonomi Daerah.

Pertumbuhan ekonomi daerah merupakan kenaikan kemampuan suatu daerah untuk menyediakan barang dan jasa kepada penduduknya dalam jangka panjang, sesuai dengan kemajuan tehnologi secara luas dan efisien penggunaannya. (Arsyad , 1999). Perekonomian suatu daerah mengalami pertumbuhan jika tingkat kegiatan ekonomi dalam tahun tertentu lebih tinggi dibandingkan kegiatan yang dicapai pada tahun sebelumnya. Hal ini tercermin dari PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) daerah yang bersangkutan. Pertumbuhan ekonomi suatu daerah terutama disebabkan oleh peningkatan pendapatan dan distribusi pendapatan. Peningkatan pendapatan tanpa merubah distribusi pendapatan tidak akan berpengaruh banyak terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Peningkatan distribusi pendapatan akan mempengaruhi meningkatnya pertumbuhan ekonomi secara nyata, karena mulai bekerjanya dua kekuatan yang mendorong dan menghambat pertumbuhan ekonomi. Menurut Gupta (dalam Budiharsono, 1990) kekuatan yang mendorong pertumbuhan ekonomi adalah (1) pergeseran pendapatan kepada penduduk golongan miskin akan merubah pola permintaan barang dan jasa yang diproduksi oleh sektor padat karya, (2) pergeseran pendapatan kepada penduduk golongan miskin akan mengurangi volume impor, dengan asumsi bahwa kecenderungan dari penduduk golongan miskin untuk mengimpor kurang dari rata-rata, (3) dengan mengasumsikan penduduk golongan miskin mempunyai kecenderungan mengkonsumsi lebih tinggi maka sektor yang *demand oriented* akan meningkatkan akselerasi pertumbuhan ekonomi lebih cepat, (4) perbaikan standar hidup akan meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan permodalan. Sedangkan kekuatan yang menghambat pertumbuhan ekonomi adalah (1) Tabungan agregate akan menurun karena penduduk golongan miskin mempunyai kecenderungan menabung yang relative rendah, (2) Volume ekspor menurun karena konsumsi domestik cenderung meningkat. Menurut Myrdal (1957), dalam proses pertumbuhan ekonomi apabila secara geografis ada daerah maju dan daerah terbelakang, maka akan ada arus tenaga kerja, investasi dan perdagangan ke daerah yang

maju, hal ini akan menyebabkan daerah yang maju semakin maju dan daerah yang terbelakang semakin terbelakang. Melebarnya kesenjangan antar daerah dipengaruhi oleh *Backwash Effect* dan *Spread Effect* kemajuan kota terhadap daerah sekitarnya (*hinterline*-nya). Dalam persaingan sempurna apabila *Backwash Effect* mendominasi *Spread effect* maka kesenjangan antar daerah semakin *divergen* atau sebaliknya *konvergen.* Dalam jangka panjang menurut Myrdal pendapatan per kapita daerah cenderung menyebar sebagai akibat peningkatan skala ekonomi dan adanya proses aglomerasi.

Hirschman (1958), berpendapat sama dengan Myrdal bahwa pertumbuhan ekonomi pada awalnya cenderung terkonsentrasi pada suatu daerah tertentu karena rendahnya ongkos produksi / efisiensi produksi, lokasi strategis menguntungkan bagi aglomerasi perusahaan, dan pengembangan pasar yang relative baik. Apabila kekuatan yang dominan adalah *trickle down effect,* awal perkembangan suatu daerah mengalami keterbatasan sumber daya alam dan perkembangan pasar sehingga terjadi *diseconomic of scale*, daerah tersebut terpaksa harus mengambil sumber daya alam dari daerah lain yang berlimpah *complementary effect* sehingga dalam jangka panjang kesenjangan antar wilayah *regional disparity* akan berkurang. Menurut Hirschman, dalam jangka panjang kesenjangan pendapatan per kapita antar daerah akan berkurang dengan adanya *regional linkage.* Friedman's (1966) memperkenalkan proses pembangunan spasial dengan model *Core-periphery model*, merupakan model pembangunan di jantung kota yang menekankan pembangunan ekonomi mempunyai kecenderungan untuk berkonsentrasi pada suatu daerah pusat kota yang diawali oleh arus urbanisasi yang kemudian diikuti oleh pembangunan sarana prasarana.

Francois Perroux (1950), memperkenalkan "*Poles de Croissance* atau *Growth Poles Theory*. Teori ini didasarkan pada pengembangan industri industri utama (*leading Industry*) dan pengaruh perkembangannya terhadap wilayah hinterland nya baik secara *forward linkages* dan *back ward linkages* di dalam sistem ekonomi akan menimbulkan pemusatan ekonomi (*agglomeration economics*) dengan meningkatnya lokasi efisiensi di daerah pusat industri tersebut. Hal ini merupakan fenomena jangka pendek. Dalam jangka panjang akan terjadi penurunan hasil marginal dari tenaga kerja dan kapital (modal) di kota tersebut, terjadinya proses pemusatan-pemusatan (*spatial convergence*) yang dapat menghasilkan persamaan pendapatan per kapita antar daerah. Williamson (1950) dalam suatu studi pembangunan wilayah mengamati tahapan pembangunan suatu wilayah, bahwa ketimpangan antar wilayah dalam tahap awal pembangunan merupakan suatu hal yang wajar karena ada perbedaan sumbar daya alam, kemudian tahap selanjutnya ketimpangan tersebut akan menurun dengan sendirinya sebagai implikasi kebijakan pembangunan interregional yang sesuai dengan kondisi wilayah yang bersangkutan.

Dengan mengamati studi empiris analisis pertumbuhan wilayah yang dilakukan oleh Gurnar Myrdal, Friedman, Hirschman, Gupta, Williamson maupun Francois Perroux pada tahap awal pertumbuhan ada perbedaan kecepatan pertumbuhan suatu wilayah, sehingga terjadi ketimpangan antar wilayah terutama dalam jangka pendek akan tetapi dalam jangka panjang perbedaan pertumbuhan maupun ketimpangan antar wilayah dapat dikurangi.

C. Konsep Pengembangan Wilayah.

Dalam pembangunan suatu wilayah diperlukan suatu kebijakan perencanaan yang dapat mengatasi perbedaan potensi wilayah baik sumberdaya alam, letak/lokasi strategis, infrastruktur yang tersedia dalam suatu wilayah sehingga tahap pembangunan yang dilaksanakan dalam suatu wilayah dapat berjalan dengan ketimpangan yang relatif kecil.

Strategi kebijakan perencanaan pembangunan wilayah intinya adalah bagaimana menciptakan perluasan pertumbuhan dan pembangunan seluruh wilayah geografis. Ada empat strategi kebijakan pengembangan wilayah yang dapat diterapkan dalam suatu wilayah :

1. Strategi pengembangan Kutub-Kutub Pertumbuhan.
2. Strategi Agropolitan.
3. Strategi Pengembangan Kota - Kota Kecil.
4. Strategi Pengembangan Ruang Terintegrasi.

METODE PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Metode Penelitian.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan Studi Kasus : Pengembangan Kecamatan di Wilayah Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar. Penelitian ini menggunakan data primer hasil survey dan pengamatan di lapangan serta data sekunder yang diperoleh dari BPS, Bappeda, Kantor Kecamatan di Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar. Periode penelitian Pola Pengembangan Wilayah Kecamatan di Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar antara tahun 2009 sampai tahun 2011.

B. Metode Analisis.

1. Analisis Klassen Typology (Pola Pertumbuhan Wilayah)

Analisis ***Klassen Typology*** ini untuk melihat gambaran pola pertumbuhan ekonomi wilayah (Syahrizal , 1999) tiap kecamatan di Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar. Dengan analisis Klasen Typologi dapat diketahui empat klasifikasi pertumbuhan ekonomi setiap kecamatan di Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar, yaitu Kecamatan yang maju dan tumbuh cepat (*Rapid Growth Region*), Kecamatan yang tertekan (*Retardted Region*), Kecamatan yang sedang tumbuh (*Growing Region*) dan Kecamatan yang relatif tertinggal (*Relatively Backward Region*). Kriteria klasifikasi pertumbuhan Kecamatan di Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar ada 4 klasifikasi , yaitu :

a. **Kecamatan Maju dan Tumbuh Cepat,** adalah kecamatan

yang mengalami laju pertumbuhan dan tingkat pendapatan per kapita yang lebih tinggi dari rata –rata seluruh kecamatan di Kabupaten Ciamis, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar

b. **Kecamatan Maju tetapi Tertekan** adalah kecamatan yang relatif telah maju, tetapi dalam beberapa tahun terakhir laju pertumbuhannya menurun akibat tertekannya kegiatan utama daerah yang bersangkutan.

c. **Kecamatan Berkembang Cepat** adalah kecamatan dengan potensi pengembangan yang dimiliki sangat besar tetapi masih belum di olah sepenuhnya secara baik.Karena itu walaupun tingkat pertumbuhan ekonomi kecamatan sangat tinggi namun tingkat pendapatan per kapita yang mencerminkan pembangunan masih relative rendah.

d. **Kecamatan yang Relative Tertinggal** adalah kecamatan yang tingkat kemakmuran masyarakatnya maupun tingkat pertumbuhan ekonominya masih relative rendah.

2. Analisis Potensi Sektor Ekonomi

Pada analisis potensi masing-masing sektor ekonomi dilakukan secara mendalam dengan menggunakan pendekatan potensi sub sektoral dengan mengkombinasikan data sekunder tiap kecamatan dan kondisi riil di lapangan baik dalam analisis LQ, MRP, maupun pada tahap Overlay. Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ***Analisis Overlay*** untuk melihat diskripsi sektor ekonomi yang potensial dengan menggabungkan antara kriteria pertumbuhan dari hasil perhitungan Model Ratio Pertumbuhan (MRP) dan kriteria kontribusi dari hasil perhitungan Location Quotient (LQ) sehingga dapat diketahui sektor yang potensial dan dapat dikembangkan di tingkat Kecamatan Kabupaten Brebes, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar.

a. Location Quotient :

Metode ini merupakan cara permulaan untuk mengetahui kemampuan suatu daerah dalam sektor kegiatan tertentu. (Warpani ,1988)

Formulasi model Location Quotient :

$$LQ = \frac{Yij/Yj}{Yi/Y}$$

Keterangan :

LQ : Location Quotient.

Yij : PDRB sektor i pada daerah Kecamatan/Kabupaten ke j.

Yj : PDRB di daerah Kecamatan/Kabupaten ke j.

Yi : PDRB Kabupaten/Propinsi sector i.

Y : PDRB Kabupaten/ Propinsi.

Kriteria analisa yang digunakan adalah :

1. Bila LQ > 1, maka sektor tersebut dikategorikan sebagai sektor basis/ekspor.
2. Bila LQ < 1, maka sektor tersebut dikategorikan sebagai sektor non basis/lokal.

b. Model Ratio Pertumbuhan (MRP)

Analisis MRP dilakukan untuk melihat deskripsi sektor ekonomi wilayah yang menekankan pada kriteria pertumbuhan baik secara eksternal maupun internal (Yusuf, 1999) Pendekatan analisis ini ada

dua yaitu melihat rasio pertumbuhan wilayah referensi dan rasio pertumbuhan wilayah studi. wilayah studi terhadap kegiatan tersebut di wilayah referensi.

3. Analisis Kebijakan Pengembangan Wilayah Kecamatan.

Kebijakan Pengembangan Ekonomi Wilayah Kecamatan yang diterapkan di Kabupaten Brebes, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar didasarkan pada Strategi Pengembangan Ruang Terintegrasi sehingga diharapkan tercapai keseimbangan perkembangan ekonomi wilayah baik pertumbuhan ekonomi maupun pemerataan pembangunan.

Kebijakan ini merupakan kombinasi kebijakan ekonomi sektoral Kabupaten Cilacap dan Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis dengan mempertimbangkan; *Pola Pertumbuhan dan Potensi Wilayah Kecamatan; Isu-Isu Strategis Pengembangan Wilayah Kecamatan Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis; Kebijakan Tata Ruang Wilayah Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis dengan melihat Arah Kecenderungan Perkembangan Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis ; Pergerakan penduduk internal/ekternal serta Perkembangan aksesibelitas / transportasi wilayah Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis*.

HASIL ANALISIS

1. Sosial Ekonomi Wilayah Perbatasan

a. Kabupaten Cilacap

- Kondisi Wilayah

Luas wilayah 225,361ha
Iklim tropis
Terdiri dari 24 kecamatan
$07^0 30' - 07^0 45'$LS dan $108^0 4' - 109^0 30'$ BT

- Batas Wilayah

Utara : Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Brebes.
Timur : Kabupaten Kebumen
Selatan: Laut Indonesia
Barat : Provinsi Jawa Barat



Gambar 1. Peta Wilayah Kabupeten Cilacap

- Demografi

Tabel: 1
Demografi Kabupaten Cilacap Tahun 2008, 2009, 2010

Demografi	2008	2009	2010
Jumlah penduduk	1.738.603 jiwa	1.744.128 jiwa	1.748.705 jiwa
Kepadatan penduduk	809/km^2	813/km^2	818/km^2
Jumlah Penduduk	-	-	•0-4 : 154.791

Berdasarkan Usia			•5-19 : 480.187 •20-39 : 487.388 •40-59 : 444.503 •60-ke atas : 181.836
Angkatan Kerja	27.482 jiwa	22.870 jiwa	21.592 jiwa

- Perekonomian Daerah

Tabel: 2
PDRB dan Tingkat Inflasi Kabupaten Cilacap
Tahun 2008, 2009, 2010

	2008	2009	2010
PDRB Atas dasar harga berlaku	16.166,68	17.805,69	19.800,91

b. Kota Banjar

- Kondisi wilayah,

Luas wilayah 131,97km^2
Ketinggian antara 20 sampai dengan 500 m diatas permukaan laut
Iklim tropis
Terdiri dari 4 kecamatan (langensari, banjar, pataruman, purwaharja)
$07^0 19' - 07^0 26' LS$ dan $108^0 26' - 108^0 40' BT$

- Batas wilayah,

Utara : Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis, Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap, Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap.
Timur : Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis dan Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap
Selatan: Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis, Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis, Kecamatan Purwodadi Kabupaten Ciamis, Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis
Barat : Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis, Kecamatan Cijeunjing Kabupaten Ciamis



Gambar 2 Peta Wilayah Kota Banjar

- Demografi

Tabel: 3
Demografi Kota Banjar Tahun 2008, 2009, 2010

Demografi	2008	2009	2010
Jumlah penduduk	180.767 jiwa	183.046 jiwa	185.043 jiwa
Angkatan Kerja	5.565 jiwa	3.783 jiwa	3.870 jiwa

- Perekonomian Daerah

1. Keuangan Daerah

Realisasi pemerintah daerah tahun 2010 sebesar Rp. 384,144 miliyar dimana pos pendapatan aslindaerah sebesar 9,73 persen dari total penerimaan. Dana penerimaan daerah terbesar masih dari dana perimbangan sebesr 72,21 persen.

Alokasi penerimaan digunakan untuk belanja tidak langsung sebesar Rp. 218,835 miliyar atau 60,46 persen dan sisanya sebesar Rp. 143,13 miliyar untuk belanja langsung (39,54 persen)

2. Perbankan

Posisi dana perbankan akhir tahun 2010 menurut data dari Bank Indonesia Tasik Malaya yaitu sebesar Rp. 530,66 miliyar, berupa deposito sebesar 72,32 persen, tabungan sebesar 16,78 persen dan sisanya berupa giro sebanyak 10,90 persen.

Sedangkan posisi kredit perbankana di wilayah Kota Banjar terserap untuk kredit konsumsi sebesar 51,90 persen , kredit modal kerja 47,47 persen, sedangkan kredit investasi hanya 0,63 persen.

3. Koperasi

Data statistic lembaga keuangan bukan bank berupa KUD menurut Dinas Perindagkop Kota Banjar, populasiya tercatat hanya tinggal 2 buah yang aktif, dengan jumlah anggota sebanyak 5.878.Sedangkan yang non KUD terdapat 149 buah dengan anggota 16.143.

4. Pegadaian

Data Kegiatan Perum Pegadaian Cabang Banjar diantaranya menunjukan, barang jaminan yang dilelang di tahun 2010 mencapai sebanyak sebanyak 661 buah dan jauh lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebanyak 159 buah.

Tabel: 4
PDRB dan Tingkat Inflasi Kota Banjar
Tahun 2008, 2009, 2010

	2008	2009	2010
PDRB Atas dasar harga berlaku	1.433.562,27	1.592.876,70	1.769.538,79
Inflasi	6,02	5,69	11,52

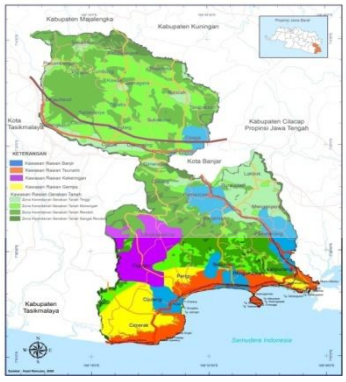
c. Kabupaten Ciamis

- Kondisi wilayah,

Luas wilayah 2.444km^2
Iklim tropis
$07^0 40' - 07^0 41'$LS dan
$108^0 20 - 108^0 40'$ BT

- Batas wilayah,

Utara : Kabupaten Majalengka dan Kabupaten Kuningan.
Timur : Kota Banjar dan Propinsi Jawa Tengah
Selatan: Samudra Hindia
Barat : Kabupaten Tasikmalaya dan Kota Tasikmalaya



Gambar 3 Peta Wilayah Kabupaten Ciamis

- Demografi

Tabel: 5
Demografi Kabupaten Ciamis Tahun 2008, 2009, 2010

Demografi	2008	2009	2010
Jumlah penduduk	1.616.778 jiwa	1.605.414 jiwa	1.720.280 jiwa
Kepadatan penduduk	661/km^2	657/km^2	704/km^2
Angkatan Kerja	21.886 jiwa	24.358 jiwa	25.792 jiwa

- Preekonomian Daerah

Tabel: 6
PDRB dan Tingkat Inflasi Kabupaten Ciamis
Tahun 2008, 2009, 2010

	2008	2009	2010
PDRB Atas dasar harga berlaku	14.501.906,13	15.841.182,85	17.572.448,10
Inflasi	9,53	4,12	9,92

2. Analisis Location Quotien

Tabel: 7
Perbandingan PDRB Cilacap dan Jawa Tengah

No	Sektor	Cilacap			Jawa Tengah		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Pertanian	4.786,99	5203,23	5.766,72	72.862.985,73	79.342.553,91	86.372.005,95
2	Pertambangan	514,34	566,51	616,68	3.514.457,82	3.852.796,77	4.302.563,07
3	Perindustrian	54.775,41	54.113,76	57.528,94	125.006.771,42	130.352.154,42	146.155.156,78
4	Perdagangan	17.560,45	20.567,74	23.856,57	71 617 054,69	78 262 543,48	86 998 316,32
5.	Jasa - jasa	1.255,11	1.442,79	1.600,25	35 480 336,36	39 246 429,89	46 599 865,32
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	172,82	182,34	192,61	3.749.439,12	4.114.517,64	4.645.499,82
7.	Konstruksi	739,17	837,92	923,80	21 196 201,77	24 448 721,40	27 124 582,63
8.	Pengangkutan	1.198,15	1.359,59	1.589,96	21 091 610,95	23 836 789,16	26 298 747,14
9.	Jasa Dunia Usaha	775,39	873,24	991,92	12 617 097,04	14 447 437,07	15 899 731,16

Pada perbandingan PDRB Cilacap dari tahun 2008 sampai dengan 2010, dapat dilihat bahwa sektor pertanian, pertambangan, perindustrian, perdagangan, jasa, listrik, gas dan air bersihm konstruksi, pengangkutan dan jasa dunia usaha mengalami kenaikan. Tapi dari tabel diatas, sektor perindustrian adalah sektor yang menyumbang PDRB terbesar Kabupaten Cilacap. Sehingga sektor Perindustrian merupakan sektor unggulan Kabupaten Cilacap.

Tabel: 8
LQ Kabupaten Cilacap dan Jawa Tengah

No	Sektor	Cilacap			Rata
		2008	2009	2010	
1	Pertanian	0.294	0.306	0.318	0.306
2	Pertambangan	0.657	0.687	0.684	0.676
3	Perindustrian	1.967	1.939	1.879	1.928
4	Perdagangan	1.100	1.228	1.309	1.212
5.	Jasa – jasa	0.158	0.171	0.163	0.164
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	0.206	0.207	0.197	0.204
7.	Konstruksi	0.156	0.160	0.162	0.159
8.	Pengangkutan	0.255	0.266	0.288	0.270
9.	Jasa Dunia Usaha	0.275	0.282	0.297	0.285

Berdasarkan tabel LQ diatas, Kabupaten Cilacap memiliki 2 sektor basis dan 7 sektor non basis.Sektor basis di Kabupaten Cilacap yaitu sektor perindustrian dan perdagangan.Sedangkan 7 sektor non basis Kabupaten Brebes adalah pertambangan, jasa, listrik gas dan air bersih, konstruksi, pengangkutan, jasa dunia usaha.Kriteria ini dilihat dari apabila LQ> 1 artinya bahwa komoditas tersebut menjadi basis atau sumber pertumbuhan ekonomi.Komoditas memiliki keunggulan komparatif yang tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan daerah tetapi bisa diekspor ke luar daerah.Komoditas ini ditetapkan sebagai komoditas unggulan.Apabila LQ < 1, artinya bahwa sektor tersebut tidak menjadi sektor basis. Komoditas tidak memiliki keunggulan komparatif, produksinya belum bisa memenuhi kebutuhan daerah dan masih harus mengimpor dari daerah lain. komoditas ini ditetapkan sebagai kooditas non unggulan.

Nilai LQ yang tinggi bukan berarti mencerminkan tingginya nilai komoditas yang dihasilkan oleh sektor tertentu di daerah, namun nilai itu adalah nilai relatif terhadap share komoditas sektor tertentu di kabupaten dengan komoditas sektor tertentu di propinsi. Komoditas tertentu bisa jadi dalam perhitungan LQ merupakan komoditas dari sektor non basis akan tetapi realita di lapangan justru komoditas tersebut adalah komoditas unik dan menjadi produk utama kebanggaan daerah seperti komoditas kerupuk tenggiri, batik, dan anyaman bambu di Kabupaten Cilacap.

Sektor basis yang merupakan sektor unggulan daerah perlu ditingkatkan kembali baik secara kualitas dan kuantitas.Sektor basis memberikan konribusi yang besar bagi pertumbuhan PDRB. Sektor non basis pun perlu.

Tabel: 9
Perbandingan PDRB Kota Banjar dan Jawa Barat

No	Sektor	Banjar Patroman			Jawa barat		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Pertanian	249.821,76	274.659,50	303.730,87	72.517.608	85.149.263	97.194.393
2	Pertambangan	4.497,21	4.844,28	5.369,05	14.904.132	13.278.186	15.546.259
3	Perindustrian	170.522,49	187.370,10	206,008,58	253.439.396	260.450.952	270.820.659
4	Perdagangan	459.656,82	537.294,38	609.990,47	129.912.046	149.056.003	172.713.197
5.	Jasa – jasa	246.267,55	257.594,67	258.171,59	47.095.619	56.686.561	68.318.686
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	15.183,01	16.284,16	18.034,17	16.913.616	19.549.186	21.294.460
7.	Konstruksi	97.335,38	109.006,79	121.689,96	21.596.583	24.223.185	29.047.786
8.	Pengangkutan	102.623,78	112.185,77	119.153,31	36.401.476	41.820.990	54.635.684
9.	Jasa Dunia Usaha	87.654,27	93.577,06	100.390,78	17.228.057	18.802.857	21.155.315

Pada perbandingan PDRB Banjar Patroman dari tahun 2008 sampai dengan 2010, dapat dilihat bahwa sektor pertanian, pertambangan, perindustrian, perdagangan, jasa, listrik, gas dan air bersihm konstruksi, pengangkutan dan jasa dunia usaha mengalami kenaikan. Tapi dari tabel diatas, sektor perdagangan adalah sektor yang menyumbang PDRB terbesar Kota Banjar Patroman. Sehingga sektor Perdagangan merupakan sektor unggulan Kabupaten Cilacap.

Tabel: 10
LQ Kota Banjar dan Jawa Barat

No	Sektor	Banjar Patroman			Rata
		2008	2009	2010	
1	Pertanian	1,447	1,447	1,345	1,390
2	Pertambangan	0,129	0,164	0,149	0,143
3	Perindustrian	0,286	0,323	0,328	0,305
4	Perdagangan	1,505	1,617	1,521	1,514
5.	Jasa – jasa	2,225	2,038	1,628	1,920
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	0,382	0,373	0,365	0,365
7.	Konstruksi	1,918	2,018	1,805	1,870
8.	Pengangkutan	1,200	1,127	0,939	1,088
9.	Jasa Dunia Usaha	2,165	2,090	2,044	2,099

Berdasarkan tabel LQ diatas, Kota Banjar Patroman memiliki 6 sektor basis dan 3 sektor non basis.Sektor basis di Kota Banjar Patroman yaitu sektor pertanian, perdagangan, jasa, konstruksi, pengangkutan dan jasa duni usaha.Sedangkan 3 sektor non basis Kota Banjar Patroman adalah pertambangan, perindustrian, listrik gas dan air bersih.Kriteria ini dilihat dari apabila LQ> 1 artinya bahwa komoditas tersebut menjadi basis atau sumber pertumbuhan ekonomi.Komoditas memiliki keunggulan komparatif yang tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan daerah tetapi bisa diekspor ke luar daerah.Komoditas ini ditetapkan sebagai komoditas unggulan.Apabila LQ < 1, artinya bahwa sektor tersebut tidak menjadi sektor basis. Komoditas tidak memiliki keunggulan komparatif, produksinya belum bisa memenuhi kebutuhan daerah dan masih harus mengimpor dari daerah lain. komoditas ini ditetapkan sebagai kooditas non unggulan.

Nilai LQ yang tinggi bukan berarti mencerminkan tingginya nilai komoditas yang dihasilkan oleh sektor tertentu di daerah, namun nilai itu adalah nilai relatif terhadap share komoditas sektor tertentu di kabupaten dengan komoditas sektor tertentu di propinsi. Komoditas tertentu bisa jadi dalam perhitungan LQ merupakan komoditas dari sektor non basis akan tetapi realita di lapangan justru komoditas tersebut adalah komoditas unik dan menjadi produk utama kebanggaan daerah seperti komoditas pertanian di Kota Banjar Patroman. Sektor basis yang merupakan sektor unggulan daerah perlu ditingkatkan kembali baik secara kualitas dan kuantitas.Sektor basis memberikan konribusi yang besar bagi pertumbuhan PDRB.Sektor non basis pun perlu.

Tabel: 11
Perbandingan PDRB Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat

No	Sektor	Ciamis			Jawa barat		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Pertanian	2.104346,01	2.146.691,76	2.206.873,80	72.517.608	85.149.263	97.194.393
2	Pertambangan	23.794,27	23.818.10	24.258,16	14.904.132	13.278.186	15.546.259
3	Perindustrian	463.398,22	496.904,52	529.482,65	253.439.396	260.450.952	270.820.659
4	Perdagangan	1.714.220,57	1.840.447,54	1.970.731,95	129.912.046	149.056.003	172.713.197
5.	Jasa – jasa	1.081.199,02	1.156.205,28	1.235.809,84	47.095.619	56.686.561	68.318.686
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	40.707,79	44.658,54	49.955,56	16.913.616	19.549.186	21.294.460
7.	Konstruksi	377.455,42	388.422,84	394.451,63	21.596.583	24.223.185	29.047.786
8.	Pengangkutan	568.225,24	590.034,99	610.690,74	36.401.476	41.820.990	54.635.684
9.	Jasa Dunia Usaha	366.445,99	384.009,54	407.603,03	17.228.057	18.802.857	21.155.315

Pada perbandingan PDRB Ciamis dari tahun 2008 sampai dengan 2010, dapat dilihat bahwa sektor pertanian, pertambangan, perindustrian,

perdagangan, jasa, listrik, gas dan air bersihm konstruksi, pengangkutan dan jasa dunia usaha mengalami kenaikan. Tapi dari tabel diatas, sektor perdagangan adalah sektor yang menyumbang PDRB terbesar Kabupaten Ciamis. Sehingga sektor Perdagangan merupakan sektor unggulan Kabupaten Ciamis.

Tabel: 12
LQ Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat

No	Sektor	Ciamis			Rata
		2008	2009	2010	
1	Pertanian	2.626	2.385	2.294	2.435
2	Pertambangan	0.144	0.169	0.157	0.157
3	Perindustrian	0.165	0.180	0.197	0.181
4	Perdagangan	1.194	1.168	1.153	1.171
5.	Jasa – jasa	2.077	1.929	1.827	1.945
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	0.217	0.216	0.237	0.223
7.	Konstruksi	1.581	1.517	1.372	1.490
8.	Pengangkutan	1.412	1.334	1.129	1.292
9.	Jasa Dunia Usaha	1.925	1.932	1.946	1.934

Berdasarkan tabel LQ diatas, Kabupaten Ciamis memiliki 6 sektor basis dan 3 sektor non basis.Sektor basis di Kabupaten Ciamis yaitu sektor pertanian, perdagangan, jasa, konstruksi, pengangkutan dan jasa duni usaha.Sedangkan 3 sektor non basis Kabupaten Ciamis adalah pertambangan, perindustrian, listrik gas dan air bersih.Kriteria ini dilihat dari apabila LQ> 1 artinya bahwa komoditas tersebut menjadi basis atau sumber pertumbuhan ekonomi.Komoditas memiliki keunggulan komparatif yang tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan daerah tetapi bisa diekspor ke luar daerah.Komoditas ini ditetapkan sebagai komoditas unggulan.Apabila LQ < 1, artinya bahwa sektor tersebut tidak menjadi sektor basis. Komoditas tidak memiliki keunggulan komparatif, produksinya belum bisa memenuhi kebutuhan daerah dan masih harus mengimpor dari daerah lain. komoditas ini ditetapkan sebagai komoditas non unggulan.

Nilai LQ yang tinggi bukan berarti mencerminkan tingginya nilai komoditas yang dihasilkan oleh sektor tertentu di daerah, namun nilai itu adalah nilai relatif terhadap share komoditas sektor tertentu di kabupaten dengan komoditas sektor tertentu di propinsi. Komoditas tertentu bisa jadi dalam perhitungan LQ merupakan komoditas dari sektor

non basis akan tetapi realita di lapangan justru komoditas tersebut adalah komoditas unik dan menjadi produk utama kebanggaan daerah seperti komoditas pertanian di Kabupaten Ciamis. Sektor basis yang merupakan sektor unggulan daerah perlu ditingkatkan kembali baik secara kualitas dan kuantitas.Sektor basis memberikan konribusi yang besar bagi pertumbuhan PDRB.Sektor non basis pun perlu.

3. Analisis Komoditas Unggulan

1. Komoditas unggulan kab Cilacap

Kabupaten Cilacap merupakan salah satu kebupaten di Provinsi Jawa Tengah yang secara geografis berada dibagian selatan Pulau Jawa serta memiliki pelabuhan yang bertaraf internasionalndan merupakan satu-satunya pelabuhan samudera di pantai selatan yang dapat mengakses perdagangan dengan negara-negara di Benua Australia dan negara-negara lainnya.

Dengan wilayah terluas, terpadat penduduknya, potensi keunggulan yang beragam, infrastruktur dan prasarana fisik yang memadai, Cilacap sangat prospektif sebagai tujuan berinvestasi seperti bidang perikanan, kelautan pertambangan, perkebunan, kehutanan, pertanian , industri pariwisata, perdagangan, perumahan dan jasa-jasa lainnya. Dengan adanya infrastruktur dan prasarana fisik yang memadai, Kabupaten Cilacap menjamin terciptanya iklim usaha yang kondusif, situasi keamanan yang stabil, peraturan daerah yang pro investasi, serta dukungan masyarakat yang harmonis.

Adapun komoditas unggulan kabupaten Cilacap adalah sebagai berikut :

a. Batik

Rajamas Batik
Desa Maos Kidul Cilacap
Kapasitas Produksi 12.000 Lembar,
Pemasaran dalam negeri : Jakarta, Semarang, Bali
Pemasaran Luar Negeri : Malaysia dan Singapura

b. Anyaman Bambu

Usaha Karya Tuslam
Desa Banjarwaru, Cilacap
Kapasitas Produksi 45.000 unit
Pemasaran dalam negeri : Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Bali
Pemasaran Luar Negeri : USA, Kanada, Singapura, Malaysia, Brunai

c. Stik Sukun

Mahkota DJ
Donan, Cilacap Tengah
Kapasitas Produksi 125 Ton
Pemasaran : Jawa Tengah, Jawa Barat, Jakarta

d. Kerupuk Tenggiri

Cipta Rasa
Tambakreja, Cilacap Selatan
Kapasitas Produksi 150 Ton
Pemasaran : Jawa Tengah dan Jawa Barat

SK Rasa
Tambakreja, Cilacap Selatan
Kapasitas produksi 156 Ton
Pemasaran : Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jakarta

e. Budi Daya Ikan Gurame

Kelompok Segari
Desa Maos Lor, Cilacap
Kapasitas Produksi 25 Ton/ha/th
Luas lahan 13.000 m2
Pemasaran : Wilayah Pantura

f. Kerajinan Patung Asmat

Galeri Asmat
Desa Jeruklegi Wetan, Cilacap
Kapasitas Produksi 5.700/th

Pemasaran : Jawa Tengah, Bandung, Yogyakarta, Jakarta, Bali

g. Kerajinan Kerang Laut

Pesona Hasil Laut

Cilacap Selatan

Kapasitas Produksi 2.400 unit/th

Pemasaran : Jawa Tengah

h. Serat Sabut Kelapa Karet

Desa Tambaksari, Wanareja, Cilacap

Kapasitas produksi 360 m3

Pemasaran : Jawa, Sumatra, dan Kalimantan

i. Nata de Coco

UD Tirto Sari Kelapa

Tambakreja, Kedungreja, Cilacap

Kapasitas produksi 364.000kg/th

Pemasaran : Jakarta dan Bogor

2. Komoditas unggulan Kota Banjar

Kota Banjar Patroman merupakan salah satu kota di wilayah perbatasan antara Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Barat. Kota Banjar merupakan kota yang masih sangat berkembang dalam hamper semua sektor perekonomiannya. Kota Banjar diharapkan mampu menjadi kota perdagangan industri karena memiliki wilayah yang cukup strategis. Selain itu, Pemkot Banjar Patroman telah mempersiapkan berbagai sarana dan prasarana untuk kepentingan investasi yang maupun meningkatkan pertumbuhan ekonomiannya.

Adapun komoditas unggulan kabupaten Kota Banjar adalah sebagai berikut :

a. Sektor Perikanan

Pengolahan Udang Galah

Lokasi : Kota Banjar

Kapasitas Produksi : 65 Ton/tahun

Pemasaran : pasar lokal dan pasar luar daerah

b. Sektor Industri

Pengolahan Susu Kambing PE

Susu yang dihasilkan kambing Etawa (PE) mempunyai nilai gizi yang tinggi serta berkhasiat untuk kesehatan.Susu Kambing PE diolah kedalam berbagai rasa dan aroma.

Lokasi : Kota Banjar

Kapasitas Produksi : 250 Liter/hari

c. Sektor Pertanian

Pengembangan Padi Organik

Tanaman padi organik, melalui penanganan teknologi dalam proses penanaman, pembiitan, pemupukan, memiliki nilai lebih dibandingkan dengan padi pada umumnya.

Lokasi : Kota Banjar

Kapasitas Produksi : 14 Ton/ha/tahun

3. Komoditas unggulan kab Ciamis

a. Pertanian

Sesuai dengan perkembangan teknologi, sector pertanian dewasa telah ditunjang dengan penerapan teknologi canggih dan penanganan pasca panen yang baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Secara umum kondisis pertanian di kabupaten Ciamis sudah relative maju dalam penerapan teknologi dan optimalisasi penggunaan aumber daya lahan.Dukungan sarana dan prasarana pertanian seperti irigasi, kondisi jalan yang berfungsi baik adanya kelompok-kelompok tani dan petugas penyuluh lapangan, sangat menentukan dari mempercepat keberhasilan sector pertanian.

b. Peternakan

Ternak merupakan komponen yang paling banyak berkaitan dengan produksi lainya didalam system agribisnis lahan kering, dan menjadi

sub system produksi yang mampu dijadikan sumber penghasilan masyarakat disamping sebagai penghasil pupuk organik.Secara umum iklim maupun tanah(tanah vulkanis) dikabupaten Ciamis baik untuk budidaya jenis rumput unggul yang bergizi tinggi, menjadikan tanah lebih produktif dan menguntungkan.

c. Perikanan

Kabupaten ciamis mempunyai potensi kelautan dan perikanan yang patut di banggakan.Potensi budaya ikan air tawar seluas 3.540 ha., baru bias dimanfaatkan seluas 2.504 ha. (70%).Komoditas unggulan perikanan budidaya air tawar diantaranya ikan mas,gerame,nila gift,udang galah,nilem dan tawes. Untuk perikanan laut tidak kurang dari 33 jenis ikan hasil tangkapan rata-rata pertahun,dengan total produksi baru mencapai 2.500 ton pertahun,karena keterbatasan penggunaan alat tangkap dan perahu nelayan yang masih tradisisonal.Komoditas perikanan laut,antara lain udang putih,lobster (udang karang) kakap,bawal,kwrapu,tenggiri dan layur.Selain itu terdapat potensi untuk usaha budidaya maupun penangkapan yang tidak kalah menariknya untuk dikembangkakn,yaitu sungai,danau,rawa dan situ.

d. Perkebunan

Berbagai komoditi tanaman perkebunan di kabupaten Ciamis sangat potensial untuk di budidayakan, karena didukung oleh kesuburan tanah yang mampu meningkatkan hasil panenan.Pada umumnya penanganan budidaya tanaman perkebunan belum diuahkan secara komersial, sehingg belum dapat meberikan manfaat yang optimal terhadap kesejahteraan masyarakat. Beberapa jenis tanaman perkebunan yang biasa diusahakan adalah : kelapa, kopi, kakao, lada dan teh.

e. Pertambangan

Kekayaan alam bahan tambang di kabupaten ciamis dengan kandungan deposit tinggi sangat menguntungkan apabila diekplotasi secara komersial. Melalui teknologi terapan penambangan diharapkan mampu mempercepat perkembangan perekonomian daerah, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Lokasi bahan tambang tersebar di kecamatan bagian selatan kabupaten ciamis dengan kandungan deposit jutaan meter kubik, terdiridaribatu gamping, phospat, bentonit, mangan, kalsit, tras, lembung, gambut, zeolit, kwarsa dan, kaolin.

4. Analisis Peluang Investasi

1. Peluang investasi kab Cilacap

a. Optimalisasi Rawa Bendungan
b. Aquarium Laut
c. Pengembangan Pantai Indah
d. Industri Pengolahan Kelapa
e. Jambu Sari Family Park
f. Peternakan Terpadu Kambing
g. Peternakan Sapi Potong

2. Peluang investasi Kota Banjar

a. Pembangunan Pasar Grosir

Penyediaan produk yang berharga terjangkau dan berkualitas merupakan salah satu indikator teracapainya stabilitas pembayaran.Pasar Glosir merupakan

salah alternatif untuk mendorong berkembangnya sektor perdagangan. Pasar Grosir ini akan menjadi pusat transit dan perdagangan barang dalam skala besar dan mendorong terpusatnya kegiatan ekonomi yang merupakan prospek bagi investor. Wilayah investasi akan direncanakan di dusun Parunglesang Kelurahan Banjar Kecamatan Banjar, yang merupakan kawasan fungsional yang meliputi sektor jasa dan perdagangan.

b. Pembangunan Wahana Situ Mustika

Situ Mustika yang terletak di Kelurahan Purwaharja Kecamatan Purwaharja merupakan salah satu objek wisata andalan Kota Banjar, dengan posisi di pusat kota, lintas jalan Nasional yang melayani transportasi antar Provinsi, sehingga mudah dijangkau dari berbagai arah

Potensi yang bisa dikembangkan diantaranya adalah :

- Wisata Kuliner
- Wahana Pemancingan
- Wahana Permainan Anak
- Wisata Air, dll

c. Pembangunan Wahana Wisata Air

Kota Banjar memiliki aliran sungai Citanduy yang tenang dan memungkinkan aliran sungai tersebut untuk dijadikan tempat wahana wisata air dengan cara mengadakan berbagai permainan air dan perahu wisata. Area bermain di sekitar tempat wisata akan menjadi daya tarik wisata sungai Kota Banjar.

d. Pembangunan Argowisata Lembah Pejamben

Kota Bnjar merupakan kota yang kaya akan potensi objek wisata alam, salah satunya merupakan wisata alam Lembah Pejamben. Lembah Pejamben merupakan objek wisata alam yang mempunyai peluang dan potensi cukup besar bila dikembangkan.Lembah Pejamben terletak di Desa Binangun Kecamatan Pataruman. Lembah Pejamben suatu lembah dengan kondisi topografi daerah perbukitan dan memiliki unsur hara tanah yang cukup subur, potensi yang dapat dikembangkan diantarnya adalah :

- Potensi Kebun Buah
- Wisata Outbond
- Wisata Kuliner,dll

3. Peluang investasi Kabupaten Ciamis

a. Obyek Wisata Green Canyon

Peluang investasi

Pengembangan atraksi interaksi yang bernuansa lingkungan asli dengan konsep wisata yang tepat, jauh dari kebisingan kota, sehingga alam dapat dinikmati secara utuh. Pengembangan sarana dan prasarana penunjang kepariwisataan lainya, seperti hotel dan penginapan.

b. Obyek Wisata Pantai Batukaras

Peluang investasi

Kwasan resort yang dapat dikembangkan secara bertahan dan selektif dibatasi dengan luas 25 ha, yang terdiri dari 4-5 unit hotel berikut fasilitas penunjang kepariwisataan lainya merupakan investasi yang menjajikan keuntungan.

c. Pengembangan golf course seluasn 60 ha

Peluang investasi

Pengembangan sarana dan prasrana penunjang kepariwisataan lainnya seperti hotel, penginapan dan rumah makan.

d. Obyek wisata pantai keusik luhur

Peluang investasi

Pengembangan atraksi safari pantai ,memancing,surfing dan natural trail. Penyediaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata dengan skala kecil sampai dengan skala menengah dilengkapi dengan akomodasi ‘low density’ dengan konsep privasi yang tinggi.

e. Obyek wisata pantai batu hiu

Peluang investasi

Pengembangan srana dan prasarana penunjang kepariwisataan lainya seperti hotel, penginapan dan rumah makan.

f. Obyek wisata situ lengkong panjalu

Peluang investasi

Pengembangan srana dan prasarana penunjang kepariwisataan lainya seperti hotel, penginapan dan rumah makan.

g. Obyek Wista Pantai Pangandaran

Peluang investasi

Pengembangan srana dan prasarana penunjang kepariwisataan lainya seperti hotel, penginapan dan rumah makan dari yang telah ada sekarang ini.

4. Analisis Peluang Kerjasama Wilayah (Cilacap-Banjar-Ciamis)

a. Peluang Kerjasama Komoditas

Industri Pangan

Kabupaten Cilacap, Kota Banjar Patroman dan Kabupaten Ciamis merupakan kota yang cukup banyak menghasilkan kelapa, di ketiga daerah ini, kelapa menjadi komoditas unggulan. Kerjasama yang bisa dilakukan adalah membuat Central Industri Kelapa Terpadu. Industri kelapa terpadu adalah industry yang mengolah semua bagian dari pohon kelapa, daging kelapa bisa diolah menjadi Nata de coco, batok kelapa bisa diolah menjadi kerajinan kelapa yang bernilai seni, serta serabut kelapa.

Industri Kelapa ini akan berpusat di Kabupaten Cilacap degan pertimbangan Cilacap meliki akses pemasaran berupa pelabuhan dan lapangan udara sehingga memudahkan proses pemasaran produk hasil olahan industri kelapa terpadu. Ciamis dan Kota Banjar menyuplai komoditas kelapa mereka ke Cilacap kemudian diolah di Cilacap.Tenaga kerja yang diserap di industri kelapa terpadu ini merupakan tenaga kerja dari ketiga wilayah tersebut.Pemasaran hasil olahan industri kelapa ini bisa menjangkau pasar dalam negeri mupun pasar ekspor.

Berdasarkan hasil analisis LQ rata-rata selama tiga tahun terakhir diperoleh sektor basis Kabupaten Cilacap adalah sektor Perindustrian, sementara untuk Kabupaten Ciamis dan Kota Banjar Pataroman sektor basisnya adalah Pertanian. Kerjasama kelapa terpadu ini sesuai dengan LQ basis masing-masing, Central Kelapa Terpadu akan dibuat di Cilacap dengan sektor basis perindustrian dan Kabupaten Ciamis serta Kota Banjar Patroman mensadi supplier kelapa dengan sektor basis pertanian.

b. Peluang Kerjasama Jalur Wisata

Kabupaten Cilacap dan Kabupaten Ciamis memiliki wilayah pantai yang cukup menarik bagi destinasi liburan

wisatawan, dan Kota Banjar merupakan wilayah penghubung Cilacap dan Ciamis, sehingga bisa dilakukan kerjasama jalur wisata di ketiga daerah tersebut. Jalur destinasi wisata bisa dimulai dari Kabupaten Cilacap dengan keindahan pasir putih Pulau Nusakambangan, Pantai Widarapayung dan Pantai Teluk Penyu, kemudian dilanjutkan ke Pangandaran melewati Kota Banjar dan kemudian sampai di Pangandaran yang memiliki Pantai Batukaras, Batu Hiu serta Grand Canyon Pangandaran.

Kerjasama ini bisa meningkatkan serta menggali potensi dari masing-masing daerah baik di Cilacap, Kota Banjar dan Ciamis. Cilacap bisa semakin memperindah pantainya dengan melengkapi sarana prasarana yang mampu memanjakan para wisatawan, kemudian Kota Banjar bisa menjadi wilayah transit untuk wisatawan yang melakukan destinasi wisata Cilacap-Pangandaran, Kota Banjar bisa menawarkan jasa perhotelan, wisata kuliner dan central oleh-oleh untuk wisatawan, dan Pangandaran, Ciamis juga bisa semakin memaksimalkan potensi wisata di setiap pantainya.

c. Peluang Kerjasama Aksesibilitas

Kabupaten Cilacap, Kota Banjar, dan Kabupaten Ciamis merupakan jalur utama Pulau Jawa diwilayah jalur selatan setelah jalur pantai utara.Akses jalan yang baik merupakan hal yang penting bagi jalur selatan ini.Namun pada kenyataannya jalur Cilacap-Banjar-Ciamis memiliki akses jalan yang kurang baik, banyak titik jalan yang rusak bahkan rusak berat di jalur tersebut, hal ini menghambat jalur tersebut. Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis bisa melakukan kerjasama dalam memperbaiki akses jalur selatan tersebut, karena dampaknya akan baik bagi perekonomian ketiga wilayah tersebut

d. Peluang Kerjasama Sistem Informasi

Peluang kerjasama lainnya yang dapat dilakukan di tiga wilayah perbatasan Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah ini adalah kerjasama sistem informasi.Cilacap-Banjar-Ciamis bisa membuat sebuah website gabungan yang mampu menjadi salah satu informasi bagi masyarakat mengenai ketiga wilayah tersebut.Informasi yang di berikan bisa mengenai komoditas unggulan, industri, serta peluang investasi yang ditawarkan bagi para investor serta website ini juga bisa menjadi alat promosi baik destinasi wisata.Website ini harus terus diupdate dengan informasi terbaru mengenai ketiga wilayah terebut agar masyarakat atau investor bisa terus mengetahui perkembangan dari Wilayah Kabupaten Cilacap, Kota Banjar dan Kabupaten Ciamis.

Pengelola website bisa menyerap tenaga kerja dari ketiga wilayah, yang mampu mewakuli setiap wilayah tersebut. Dengan adanya website ini diharapkan ketiga wilayah perbatasan ini bisa semakin dikenal oleh masyarakat dan mampu menarik minat investor untuk berinvestasi yang nantinya akan brdampak positif terhadap perkebangan ketiga wilayah perbatasan tersebut.

e. Peluang Kerjasama Pemasaran Komoditas Unggulan

Kabupaten Cilacap, Kota Banjar Patroman dan Kabupaten Ciamis bisa melskukan kerjasama dalam bidang pemasaran komoditas unggulan masing-masing daerah. Kerjasama ini mampu menjadi sarana masing-masing daerah untuk menjangkau pasar potensial yang semakin luas dalam memasarkan produk komoditas unggulan. Kerjasama ini memfasilitasi pengiriman barang dan juga mampu menjaga stabilitas harga jual mampu meningkatkan perkembangan perekonomian.Rest Area bisa menjadi salah satu bidang kerjasama antara Kabupaten Cilacap, Kota Banjar Patroman dan Kabupaten Ciamis.Rest Area bisa dipusatkan di daerah perbatasan Cilacap-Banjar-Ciamis, yang dapat ditawarkan di Rest Area tersebut bisa berupa kebutuhan pokok sehari-hari, makanan khas dari Cilacap-Banjar-Ciamis, Central oleh-oleh dan lainnya.

KESIMPULAN

Kabupaten Cilacap memiliki wilayah yang cukup luas, dan mimiliki central kawasan industri. Selain itu Cillacap memiliki transportasi yang lengkap seperti jalur laut, darat dan udara. Cilacap memiliki potensi pariwisata yang masih bisa dikembangkan lebih optimal seperti kawasan pantai Widarapayung dan Pulau Nusakambangan. Kabupaten Ciamis memiliki hasil perkebunan , pertanian serta perikanan yang melimpah dan menjadi komoditas unggulan. Ciamis memiliki potensi pariwisata yang bisa dikembangkan komoditas unggulan. Dengan kerjasama ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi para produsen komoditas unggulan di masing-masing daerah.

f. Peluang Kerjasama Rest Area Wilayah Perbatasan

Rest Area merupakan sebuah tempat istirahatperjalanan yang mampu menjadi pusat perekonomian. Rest area mampu menarik wisatawan maupun masyarakat sekitar untuk berbelanja, yang diharapkan

lebih optimal dikawasan Pangandaran.

Kota Banjar meupakan kota yang berada tepat diperbatasan Provinsi Jawa tengah dan Provinsi Jawa Barat. Komoditas unggulan di Kota Banjar merupakan hasil perkebunan, peternakan dan pertanian. Potensi yang bisa dikembangkan di Kota Banjar adalah pusat perbelanjaan, fasilitas transportasi dan pembanguna hotel yang mampu menunjang perkembangan perekonomian Kota Banjar. Kerjasama dari tiga daerah perbatasan ini perlu dilakukan untuk meningkatkan perekonomian dari masing-msing daerah. Semua pihak harus ikut mendukung kerrjasama perbatasan ini baik dari pemerintah daerah, pihak swasta atau investor dan masyarakat.

Adapun bentuk kerjasama yang bisa dilakukan oleh wilayah perbatasan Kabupaten Cilacap, Kota Banjar, dan Kabupaten Ciamis adalah Peluang Kerjasama Komoditas, Peluang Kerjasama Jalur Wisata, Peluang Kerjasama Akesisbilitas, Peluang Kerjasama Akses Informasi, Peluang Kerjasama Pemasaran Komoditas

Unggulan dan Peluang Kerjasama Rest Area Wilayah Perbatasan dan kerjasama lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, Syahrizal. 1999. *Manajemen Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana Prenada
Media Group.

Arsyad, Lincoln. 1999. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: BP STIE YKPN.

Badan Pusat Statistik. Kab. Ciamis. 2011. *Ciamis Dalam Angka 2010*. BPS Kabupaten Ciamis.

Badan Pusat Statistik. Kab. Cilacap. 2011. *Cilacap Dalam Angka 2010*. BPS Kabupaten Cilacap.

Badan Pusat Statistik. Kota Banjar. 2011. *Kota Banjar Dalam Angka 2010*. BPS Kota Banjar.

Baldwin, Robert E. 1983. *Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi di Negara-Negara Berkembang*. ST. Dianjung [penerjemah]. Jakarta: Bina Aksara.

Budiharsono, S. 2001. *Teknik Analisis Pembangunan Wilayah Pesisir dan Lautan. Edisi Pertama*. PT Pradya Paramitha: Jakarta.

Dian Purnomo Jati, S.E. M.Sc.[1)]
Eduardus Yudhistira K.U, S.E.[1)]
Email: dyan_pj@yahoo.com
eduardusyudhistira_ku@yahoo.co.id
[1)]Universitas Jendral Soedirman

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the investment opportunity in Central Java and West Java. The border region has lesser notice by each region government. Based on the result show that each region has different unique potential that could be modernize the economics matters. The Regency of Brebes has potentially on the red onion and the Regency of Cirebon has potentially on fishery, mango gedong gincu, and guava also the Regency of Kuningan has potentially on farming, such as sweet potato and scallion, the sweet potato export already into the paste sweet potato. Further expectation the investment could be cooperated by the local goverments to reach better citizen prosperity. Several cooperation activities that local governments could do is supply the red onion by the local governments of Brebes for the industry of fried onion in Kuningan District. The opportunity for Cirebon District and Brebes is supply on egg duck as a raw material for salted egg in Brebes District. In the field of agriculture, cooperation may be held manufacturing reservoirs to irrigate agricultural land in the region of the third sector to work together to transport infrastructure connecting each area. In other areas, establishment of the rest area in which there are such typical food outlets all three areas, art and culture that characterizes the area, the objects and the region's tourism destinations if only able to attract tourists to come visit the area proficiency level and supply stores basic needs among the border region. At the rest area can also be used as a source of information about the area for the tourists who resting.

Keywords: potency,investment opportunities, cooperation

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi dan peluang investasi daerah yang berada di daerah perbatasan Jawa Tengah dan Jawa Barat. Selama ini, daerah yang terdapat di daerah perbatasan kurang diperhatikan oleh pemerintah provinsi di masing-masing daerah. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa masing-masing daerah memiliki potensi khas yang berbeda satu sama lainnya sehingga bisa menjadi peluang menjalin kerja sama regional. Kabupaten Brebes memiliki potensi investasi pengembangan komoditas bawang merah, sedangkan Kabupaten Cirebon memiliki komoditas unggulan di sektor tanaman pertanian dan tanaman buah. Berikutnya kabupaten Kuningan memiliki komoditas unggulan di tanaman perkebunan. Peluang kerja sama investasi yang bisa dilakukan oleh ketiga daerah tersebut diantaranya; pengolahan produksi bawang goreng antara

Kabupaten Brebes dan Kabupaten Kuningan serta pengolahan produksi telur asin antara Kabupaten Brebes dan Kabupaten Cirebon. Di sektor pertanian ketiga daerah bisa mekakukan kerja sama dalam hal pengairan lahan pertanian. Selanjutnya di sektor pariwisata ketiga daerah bisa menjalin kerja sama dalam bentuk penyusunan model paket wisata dan mendirikan rest-area dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Kata Kunci : potensi, peluang investasi, kerja sama

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan wilayah merupakan suatu proses yang melibatkan banyak elemen, memerlukan strategi dan rencana tindakan untuk merealisasikan potensi yang diidentifikasi, mengatasi berbagai faktor penghambat pengembangan, mendorong pertumbuhan ke lingkup wilayah yang lebih luas, serta meningkatkan kapasitas yang bermuara pada penciptaan keunggulan kompetitif daerah. Kebijakan yang bersifat *top-down* sesungguhnya merupakan suatu tradisi pembangunan wilayah yang berbasis pada model ekononomi neoklasik. Pengembangan dari atas berasumsi bahwa pengembangan wilayah terjadi ketika distimulasi oleh kekuatan luar seperti pasar ekspor, investasi dari luar, dan migrasi Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) menjadi prioritas nasional dalam mewujudkan desentralisasi ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pemanfaatan secara optimal sumber daya alam, sumber daya manusia, dan modal yang ada di daerah. Pengembangan Ekonomi Lokal didasarkan pada kemampuan lokalitas, faktor internal, dan pertumbuhan ekonomi lokal, dengan menggunakan potensi sumber daya alam setempat untuk membentuk daya saing daerah. Untuk mengurangi ketimpangan pertumbuhan ekonomi antar wilayah dan tercapainya keberhasilan pembangunan ekonomi daerah diperlukan suatu perencanaan dan kebijakan pembangunan daerah yang disesuaikan dengan kondisi geografis dan potensi ekonomi daerah yang bersangkutan (Arsyad,1999: 109).

Pembentukan klaster penting untuk dilakukan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional karena klaster secara implisit berperan penting dalam menumbuhkan serta merepresentasikan pasar. Terdapat banyak klaster yang identik, dengan tidak ada perbedaan produk dan dalam persaingan harga, keuntungannya rendah karena nilat tambah per tenaga kerjanya yang rendah, produk-produknya secara tipikal merupakan produk berteknologi rendah dan padat tenaga kerja. Secara umum permasalahan yang timbul terkai dengan klaster adalah masih lemahnya strategi pengembangan dan penentuan klaster apa yang akan dikembangkan, sehingga pengidentifikasian produk unggulan daerah menjadi sangat penting peranannya dalam upaya pengembangan ekonomi lokal.

Menurut Michael Porter, keunggulan adalah kondisi yang harus diciptakan, bukan sesuatu yang *given*. Di era yang sekarang, melimpahnya kekayaan alam dan rendahnya upah tenaga kerja tidak bisa lagi digunakan sebagai bekal untuk unggul dalam persaingan. Inovasi dan perbaikan kualitas yang kontinyu, serta efisiensi menjadi kunci dalam membangun produk unggulan. Dalam konteks tersebut, pemerintah daerah perlu mengembangkan konsep produk unggulan yang berbasis pada potensi daerah untuk mengoptimalkan potensi daerah.

Perbatasan Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Barat terdapat kawasan yang disebut Cibening, meliputi Cirebon, Brebes dan Kuningan. Untuk meningkatkan Pembangunan Wilayah Kabupaten diperbatasan provinsi Jawa Tengah bagian selatan, diperlukan suatu kebijakan pengembangan wilayah yang terarah dan sesuai dengan potensi ekonomi wilayah yang terdapat pada masing-masing kecamatan di wilayah perbatasan tersebut. Dengan mengetahui potensi dan pola pertumbuhan ekonomi wilayah di setiap wilayah Kecamatan di Kabupaten perbatasan Provinsi Jawa Tengah bagian selatan, diharapkan kebijakan dan program pengembangan wilayah yang di terapkan untuk mengembangkan wilayah perbatasan tersebut akan menjadi lebih jelas arahnya.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Brebes, Cirebon dan Kuningan.
2. Untuk mengidentifikasi sektor basis dan komoditas unggulan di Kabupaten Brebes, Cirebon dan Kuningan.
3. Untuk menyusun potensi kerja sama wilayah pengembangan perekonomian kawasan perbatasan di Kabupaten Brebes, Cirebon dan Kuningan.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan Studi Kasus : Pengembangan Wilayah yang diterapkan di wilayah Kabupaten Brebes, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan.

1. Sumber Data .

Penelitian ini menggunakan data Primer hasil survei dan pengamatan di lapangan serta data sekunder yang diperoleh dari BPS, Bappeda, Kantor Kecamatan di Kabupaten Brebes, Kabupaten Cirebon, dan Kabupaten Kuningan.

2. Jenis Data

Data sekunder: PDRB tahun 2008–2009, Renstra Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Brebes

3. Periode Penelitian.

Periode penelitian Pola Pengembangan Wilayah Kecamatan di Kabupaten Brebes, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Kuningan antara tahun 2008 sampai tahun 2009.

4. Alat Analisis

Location Quotient

Metode ini merupakan cara permulaan untuk mengetahui kemampuan suatu daerah dalam sektor kegiatan tertentu. (Warpani ,1988)

Formulasi model Location Quotient :

$$LQ = \frac{Yij / Yj}{Yi / Y}$$

Keterangan :
LQ : Location Quotient.
Yij : PDRB sektor i pada daerah Kecamatan/Kabupaten ke j.
Yj : PDRB di daerah Kecamatan/Kabupaten ke j.
Yi : PDRB Kabupaten/Propinsi sector i.
Y : PDRB Kabupaten/ Propinsi.

Kriteria analisa yang digunakan adalah :
a. Bila LQ > 1, maka sektor tersebut dikategorikan sebagai sektor basis/ekspor.
b. Bila LQ < 1, maka sektor tersebut dikategorikan sebagai sektor non basis/lokal.

D. Analisis Data

1. Analisis Pertumbuhan PDRB dan Komoditas Unggulan di Kabupaten Brebes, Cirebon dan Kuningan

Pada perbandingan PDRB Brebes dari tahun 2008 sampai dengan 2009, dapat dilihat bahwa sektor pertanian, pertambangan, perindustrian, perdagangan, jasa, listrik, gas dan air bersih konstruksi, pengangkutan dan jasa dunia usaha mengalami kenaikan. Tapi dari tabel diatas, sektor pertanian adalah sektor yang menyumbang PDRB terbesar Kabupaten Brebes. Sehingga sektor pertanian merupakan sektor unggulan Kabupaten Brebes.

Berdasarkan tabel LQ di bawah, Kabupaten Brebes memiliki 3 sektor basis dan 6 sektor non basis. Sektor basis di Kabupaten Brebes yaitu sektor pertanian, pertambangan dan perdagangan. Sedangkan 6 sektor non basis Kabupaten Brebes adalah perindustrian, jasa, listrik gas dan air bersih, konstruksi, pengangkutan, jasa dunia usaha. Kriteria ini dilihat dari apabila LQ> 1 artinya bahwa komoditas tersebut menjadi basis atau sumber pertumbuhan ekonomi. Komoditas memiliki keunggulan komparatif yang tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan daerah tetapi bisa diekspor ke luar daerah. Komoditas ini ditetapkan sebagai komoditas unggulan. Apabila LQ < 1, artinya bahwa sektor tersebut tidak menjadi sektor basis. Komoditas tidak memiliki keunggulan komparatif, produksinya belum bisa memenuhi kebutuhan daerah dan masih harus mengimpor dari daerah lain.

Tabel 1
Perbandingan PDRB Brebes dan Jawa Tengah
(Jutaan Rupiah)

No	Sektor	Brebes		Jawa Tengah	
		2008	2009	2008	2009
1	Pertanian	5.894.820,70	6.442.861,07	72.862.985,73	79.342.553,91
2	Pertambangan	130.165,24	155.343,83	3.514.457,82	3.852.796,77
3	Perindustrian	1.208.034,97	1.530.865,63	125.006.771,42	130.352.154,42
4	Perdagangan	2.316.984,50	2.518.885,78	71 617 054,69	78 262 543,48
5.	Jasa – jasa	503.920,58	590.303,29	35 480 336,36	39 246 429,89
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	85.246,60	96.648,44	3.749.439,12	4.114.517,64
7.	Konstruksi	196.788,30	245.257,27	21 196 201,77	24 448 721,40
8.	Pengangkutan	348.773,76	431.199,44	21 091 610,95	23 836 789,16
9.	Jasa Dunia Usaha	246.933,40	307.006,52	12 617 097,04	14 447 437,07
	Jumlah	**9.550.916,48**	**11.134.037,66**	**367.135.954,90**	**397.903.943,74**

Sumber: Brebes dalam Angka 2010 dan Jawa Tengah Dalam Angka 2010

Tabel 2
LQ Kabupaten Brebes

No	Sektor	Brebes		Rata-Rata
		2008	2009	
1	Pertanian	2,67	2,68	2,67
2	Pertambangan	1,22	1,33	1,28
3	Perindustrian	0,32	0,39	0,35
4	Perdagangan	1,07	1,06	1,06
5.	Jasa – jasa	0,47	0,50	0,48
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	0,85	0,86	0,86
7.	Konstruksi	0,38	0,42	0,40
8.	Pengangkutan	0,67	0,71	0,69
9.	Jasa Dunia Usaha	0,80	0,84	0,82
	Jumlah	1,00	1,00	1,00

Sumber: Data Diolah

Pada perbandingan PDRB Cirebon dari tahun 2008 sampai dengan 2009, dapat dilihat bahwa sektor pertanian, pertambangan, perindustrian, perdagangan, jasa, listrik, gas dan air bersih, konstruksi, pengangkutan dan jasa dunia usaha mengalami kenaikan. Tapi dari tabel diatas, sektor pertanian

adalah sektor yang menyumbang PDRB terbesar Kabupaten Cirebon. Sehingga sektor pertanian merupakan sektor unggulan Kabupaten Cirebon. Berdasarkan tabel LQ diatas, Kabupaten Cirebon memiliki 5 sektor basis dan 4

sektor non basis. Sektor basis di Kabupaten Cirebon yaitu sektor pertanian, jasa-jasa, konstruksi, pengangkutan, dan jasa dunia usaha. Sedangkan 4 sektor non basis Kabupaten Cirebon adalah pertambangan, perindustrian, perdagangan, dan listrik gas dan air bersih. Kriteria ini dilihat dari apabila LQ> 1 artinya bahwa komoditas tersebut menjadi basis atau sumber pertumbuhan ekonomi. Komoditas memiliki keunggulan komparatif yang tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan daerah tetapi bisa diekspor ke luar daerah. Komoditas ini ditetapkan sebagai komoditas unggulan. Apabila LQ < 1, artinya bahwa sektor tersebut tidak menjadi sektor basis. Komoditas tidak memiliki keunggulan komparatif, produksinya belum bisa memenuhi kebutuhan daerah dan masih harus mengimpor dari daerah lain. komoditas ini ditetapkan sebagai kooditas non unggulan.

Tabel 3
Perbandingan PDRB Cirebon dan Jawa Barat
(Jutaan Rupiah)

No	Sektor	Cirebon		Jawa Barat	
		2008	2009	2008	2009
1	Pertanian	4.752.753	5.330.751	72.517.608	85.149.263
2	Pertambangan	58.525	63.854	14.904.132	13.278.186
3	Perindustrian	2.306.475	2.408.511	253.439.396	260.450.952
4	Perdagangan	3.225.926	3.559.237	129.912.046	149.056.003
5.	Jasa – jasa	2.113.237	2.400.419	47.095.619	56.686.561
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	347.794	375.639	16.913.616	19.549.186
7.	Konstruksi	975.183	1.086.993	21.596.583	24.223.185
8.	Pengangkutan	1.161.768	1.200.022	36.401.476	41.820.990
9.	Jasa Dunia Usaha	623.056	693.314	17.228.057	18.802.857
	Jumlah	**15.564.717**	**17.118.740**	**610.008.533**	**669.017.183**

Sumber: Cirebon Dalam Angka 2010 dan Jawa Barat Dalam Angka 2010

Tabel 4
LQ Kabupaten Cirebon

No	Sektor	Cirebon		Rata-Rata
		2008	2009	
1	Pertanian	2,67	2,45	2,56
2	Pertambangan	0,15	0,19	0,17
3	Perindustrian	0,36	0,36	0,36
4	Perdagangan	0,97	0,94	0,95
5.	Jasa – jasa	1,76	1,66	1,71
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	0,81	0,75	0,78
7.	Konstruksi	1,77	1,76	1,76
8.	Pengangkutan	1,25	1,12	1,19
9.	Jasa Dunia Usaha	1,42	1,45	1,43
	Jumlah	1,00	1,00	1,00

Sumber: Data Diolah

Pada perbandingan PDRB Kuningan dari tahun 2008 sampai dengan 2009, dapat dilihat bahwa sektor pertanian, pertambangan, perindustrian, perdagangan, jasa, listrik, gas dan air bersih dan konstruksi, pengangkutan dan jasa dunia usaha mengalami kenaikan. Tapi dari tabel diatas, sektor pertanian adalah sektor yang menyumbang PDRB terbesar di Kabupaten Kuningan. Sehingga sektor pertanian merupakan sektor unggulan Kabupaten Kuningan. Berdasarkan hasil analisis LQ, Kabupaten Kuningan memiliki 5 sektor basis dan 4 sektor non basis. Sektor basis di Kabupaten Kuningan yaitu sektor pertanian, jasa-jasa, konstruksi, pengangkutan, dan jasa dunia usaha. Sedangkan 4 sektor non basis Kabupaten Kuningan adalah pertambangan, perindustrian, perdagangan, dan listrik gas dan air bersih. Kriteria ini dilihat dari apabila LQ> 1 artinya bahwa komoditas tersebut menjadi basis atau sumber pertumbuhan ekonomi. Nilai LQ yang tinggi bukan berarti mencerminkan tingginya nilai komoditas yang dihasilkan oleh sektor tertentu di daerah, namun nilai itu adalah nilai relatif terhadap share komoditas sektor tertentu di kabupaten dengan komoditas sektor tertentu di propinsi. Komoditas tertentu bisa jadi dalam perhitungan LQ merupakan komoditas dari sektor non basis akan tetapi realita di lapangan justru komoditas tersebut adalah komoditas unik dan menjadi produk utama kebanggaan daerah seperti ubi jalar yang sudah diekspor ke luar negeri dalam bentuk pasta, tape ketan, sirup jeruk nipis peras. Sektor basis yang merupakan sektor unggulan daerah perlu ditingkatkan kembali baik secara kualitas dan kuantitas. Sektor basis memberikan konribusi yang besar bagi pertumbuhan PDRB. Sektor non

basis pun perlu ditingkatkan walaupun kontribusinya terhadap PDRB relatif kecil.

Tabel 5
Perbandingan PDRB Kuningan dan Jawa Barat
(Jutaan Rupiah)

No	Sektor	Kuningan		Jawa Barat	
		2008	2009	2008	2009
1	Pertanian	2.212.573,13	2.445.947,37	72.517.608	85.149.263
2	Pertambangan	60.321,73	67.943,81	14.904.132	13.278.186
3	Perindustrian	144.565,58	167.493,82	253.439.396	260.450.952
4	Perdagangan	1.404.838,77	1.708.147,55	129.912.046	149.056.003
5.	Jasa – jasa	1.559.741,50	1.807.118,03	47.095.619	56.686.561
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	38.396,67	40.963,67	16.913.616	19.549.186
7.	Konstruksi	350.957,52	426.619,72	21.596.583	24.223.185
8.	Pengangkutan	833.038,11	965.158,76	36.401.476	41.820.990
9.	Jasa Dunia Usaha	443.493,57	513.832,07	17.228.057	18.802.857
	Jumlah	**7.047.926,58**	**8.143.224,80**	**610.008.533,00**	**669.017.183,00**

Sumber: Kuningan Dalam Angka 2010 dan Jawa Barat Dalam Angka 2010

Tabel 6
LQ Kabupaten Kuningan

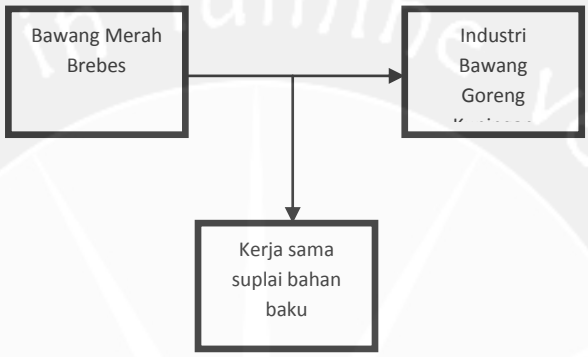
No	Sektor	Kuningan		Rata-Rata
		2008	2009	
1	Pertanian	2,64	2,49	2,56
2	Pertambangan	0,35	0,44	0,40
3	Perindustrian	0,05	0,06	0,05
4	Perdagangan	0,94	0,99	0,96
5.	Jasa – jasa	2,87	2,76	2,81
6.	Listrik,Gas dan Air Bersih	0,20	0,18	0,19
7.	Konstruksi	1,41	1,52	1,47
8.	Pengangkutan	1,98	2,00	1,99
9.	Jasa Dunia Usaha	2,23	2,37	2,30
	Jumlah	1,00	1,05	1,03

Sumber: Data Diolah

2. Analisis Peluang Investasi dan Kerja Sama Regional di Kawasan Perbatasan Brebes, Cirebon dan Kuningan

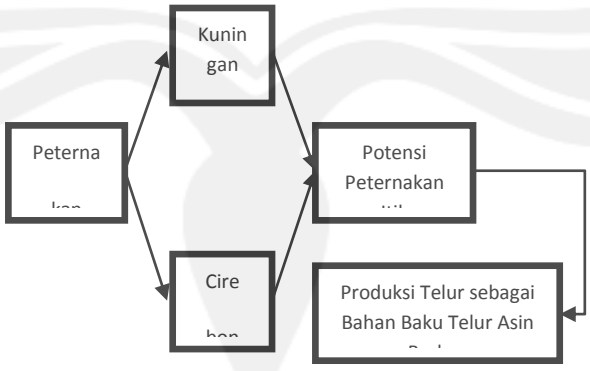
a. Peluang Kerja Sama Wilayah Brebes-Kuningan di Bidang Pertanian

Pada bidang pertanian, produksi bawang merah dari Brebes dapat dijual ke Kuningan. Di Kuningan terdapat industri pembuatan bawang goreng yang produknya telah menembus pabrik mi nasional sehingga bisa dilakukan kerja sama antar wilayah Kuningan-Brebes.



b. Peluang Kerja Sama Wilayah Brebes-Kuningan-Cirebon di Bidang Peternakan

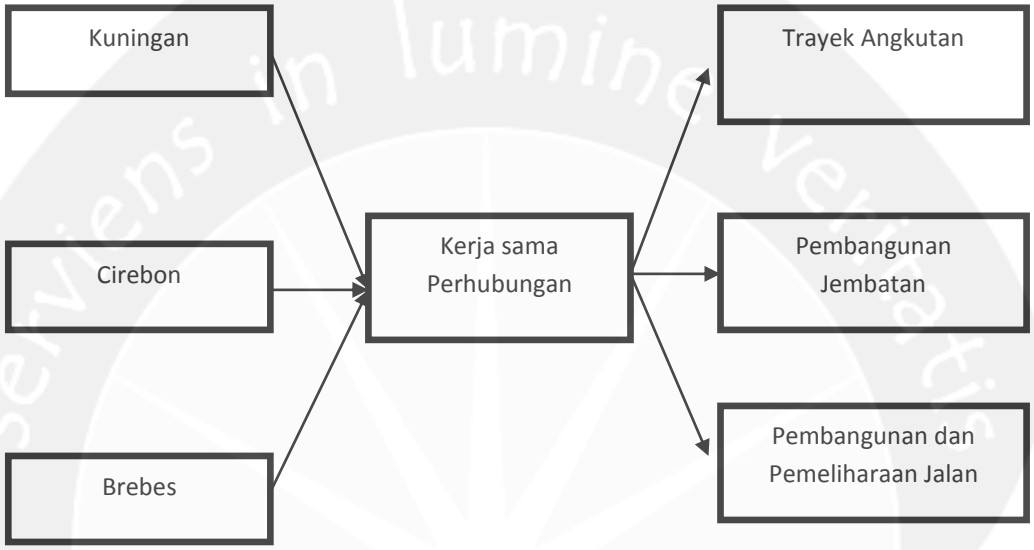
Selain itu, pada bidang peternakan, Brebes yang identik dengan telur asinnya dapat melakukan kerja sama dalam suplai telur bebek sebagai bahan baku pembuatan telur asin dengan Kuningan dan Cirebon. Hal ini dikarenakan ternak itik di kedua wilayah memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, selain memilik lahan yang luas, Cirebon dan Kuningan memiliki banyak pesawahan yang bisa djadikan tempat menggembalakan itik.



c. Peluang Kerja Sama Wilayah Brebes-Kuningan-Cirebon di Bidang Perhubungan

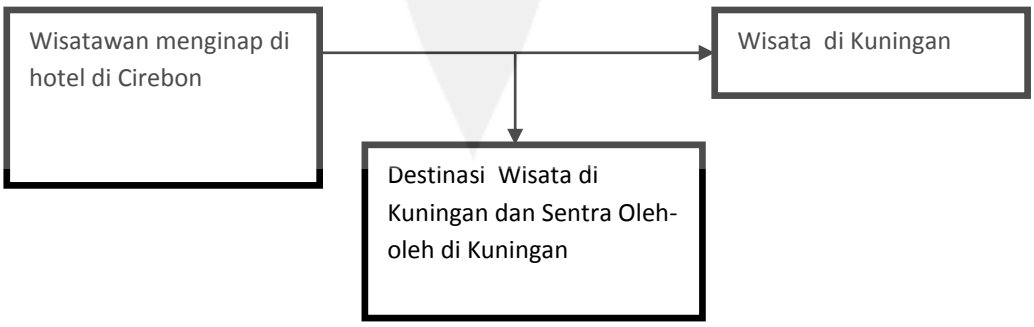
Pada bidang perhubungan, bisa dilakukan kerja sama dalam pembangunan infrastruktur berupa

jalan, jembatan yang menghubungkan wilayah tersebut dengan sistem pembangunan yang dibiayai bersama. Selain itu, dibukanya trayek angkutan yang menghubungkan masing-masing wilayah dapat membantu mobilitas para warga untuk pergi ke daerah yang dituju merupakan peluang yang bisa dimanfaatkan, ambil contoh trayek Cibingbin-Malahayu.



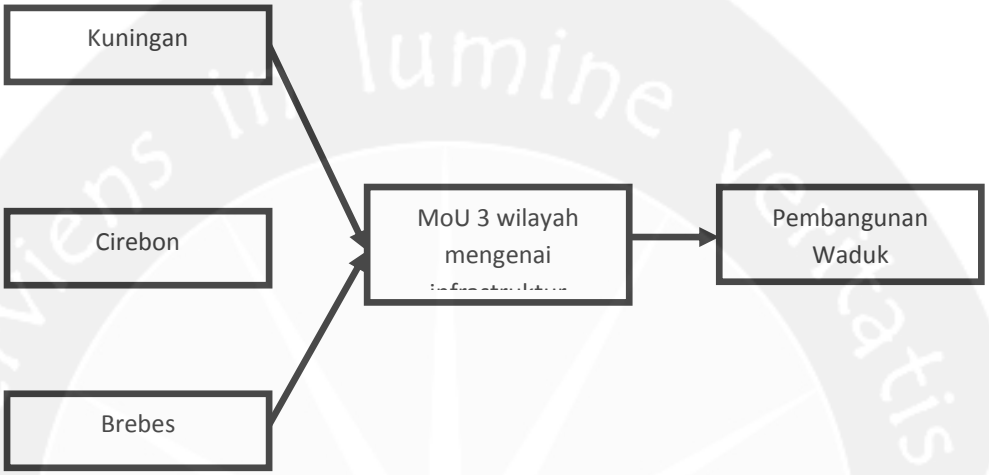
d. Peluang Kerja Sama Wilayah Cirebon-Kuningan di Bidang Pariwisata

Di bidang pariwisata, Kuningan yang memiliki banyak obyek wisata dapat bekerja sama dengan Cirebon yang memiliki banyak hotel. Para wisatawan bisa menginap di hotel-hotel yang terdapat di Cirebon dan berwisata di Kuningan dan membeli oleh-oleh di Kuningan sehingga dapat menumbuhkan perekonomian kedua daerah.



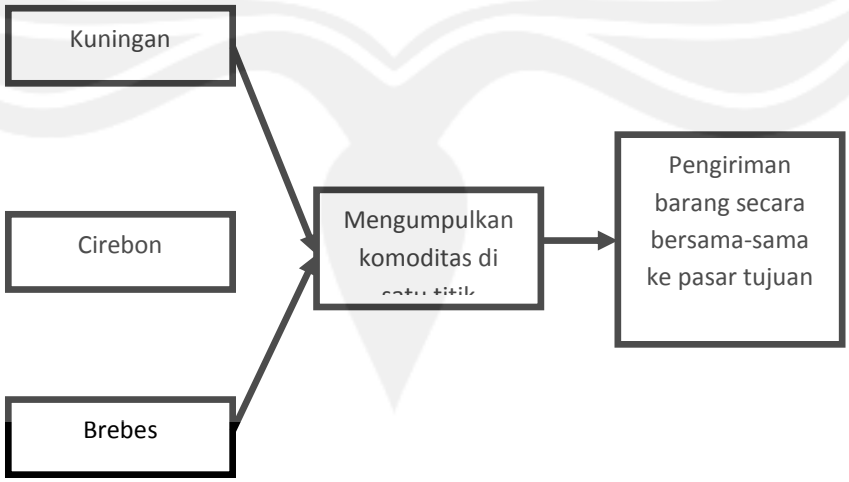
e. Peluang Kerja Sama Wilayah Brebes-Kuningan di Bidang Infrastruktur

Analisis peluang kerja sama wilayah yang dapat dilakukan yaitu pembuatan waduk yang dapat mengairi irigasi di ketiga wilayah selain sebagai sumber air baku bagi konsumsi air bersih di ketiga wilayah. Diperlukan koordinasi dalam masalah anggaran dan pelaksanaan pekerjaan.



f. Peluang Kerja Sama Wilayah Brebes-Kuningan-Cirebon di Bidang Lain

Kerja sama antar wilayah yang dapat dilakukan yaitu pemasaran produk-produk unggulan ke pasar potensial dengan memfasilitasi pengiriman barang sehingga meningkatkan kesejahteraan ekonomi para produsen komoditas unggulan serta melindungi produsen dari disparitas harga di pasar.



Kerja sama wilayah dalam sektor pariwisata yang dapat diusulkan sebagai peluang investasi yaitu pendirian rest area di titik-titik tertentu yang telah disepakati bersama di sekitar wilayah perbatasan ketiga wilayah. Pendirian rest area yang di dalamnya diantaranya terdapat outlet-outlet makanan khas ketiga wilayah, seni budaya yang menjadi ciri khas daerah, obyek dan destinasi wisata wilayah tersebut yang sekiranya mampu menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke daerah tesebut maupun toko-toko penyedia kebutuhan pokok masyarakat diantara wilayah perbatasan. Di rest area tersebut juga dapat digunakan sebagai sumber informasi mengenai daerah tersebut bagi para wisatawan yang sedang beristirahat. Selain outlet yang ada di dalam rest area, adanya rest area tersebut diharapkan mampu menggerakkan perekonomian warga di sekitar daerah perbatasan. Hal ini dimaksudkan dengan adanya rest area, warga yang berada di sekitar daerah tesebut tidak perlu pergi jauh ke pusat kota untuk berbelanja kebutuhan pokoknya sehingga dapat menghemat biaya transportasi masyarakat. Bisa juga masyarakat yang berada di rest area berjualan di sekitar wilayah rest area untuk menggerakkan perekonomian masyarakat di sekitar wilayah perbatasan.

E. Pembahasan dan Kesimpulan

Daerah perbatasan merupakan kawasan yang sering kurang mendapat perhatian pemerintah daerah yang pusat pemerintahan sekaligus aktivitas perekonomian terpusat di wilayah kota. Diperlukan suatu konsep pengembangan wilayah yang lebih menekankan segi pemerataan pembangunan daripada pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu untuk membantu masyarakat yang yang berada di wilayah yang kurang menguntungkan, dibutuhkan kebijaksanaan. Konsep pengembangan wilayah yang dikemukakan oleh Sthor, merupakan konsep pengembangan wilayah terbelakang yang didasarkan pada paradigma pembangunan dari bawah. Menurut Sthor, hal tersebut dilakukan dengan memobilisasi maksimum sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya institusional masing-masing wilayah dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakatnya. Kebijaksanaan dalam konsep ini berorientasi pada :

1. Pelayanan kebutuhan dasar yang diorganisir secara teritorial;
2. Pembangunan perdesaan;
3. Penerapan teknologi yang memungkinkan pemanfaatan sumber daya manusia dan alam secara penuh;
4. Kelembagaan regional berdasarkan keterpaduan teritorial.

Pengembangan wilayah untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat disebut sebagai pengembangan wilayah teritorial. Penekanan pendekatan ini adalah pemerataan dan peningkatan kualitas hidup seluruh penduduk di wilayah sasaran (Friedman and Weaver, 1979 : 193). Dalam pendekatan teritorial, ruang dipandang sebagai distribusi ‘kekuatan’ (territorial power) dan ‘kehendak’ (territorial will). Kebijakan tata ruang teritorial merupakan suatu ‘pengaturan’

terhadap distribusi ‘kekuatan’ dan ‘kehendak’ tersebut.

Lebih lanjut Sthor, menyebutkan bahwa konsep pengembangan wilayah tersebut bertujuan pada pengintegrasian sumber daya ekonomi, lingkungan, dan sosial yang tersedia secara regional semaksimal mungkin. Karenanya hal ini memerlukan asumsi yang disebut sebagai ‘penutupan selektif’, dalam kaitannya untuk merintangi efek operasi otonomi dari pasar berskala besar yang mengurangi potensi pembangunan wilayah yang kurang berkembang. Hal ini secara khusus berarti memudahkan penahanan faktor-faktor produksi yang diperlukan bagi pembangunan wilayah tersebut dan mengurangi transfer dari luar yang melemahkan potensi pembangunan jangka menengah dan jangka panjang wilayahnya. Integrasi secara teritorial sumber daya yang tersedia dan struktur sosialnya akan membentuk suatu basis bagi implus pembangunan yang telah ditentukan secara lebih internal (Sthor, 1981 : 45).

Pengintegrasian kegiatan diberbagai bidang pembangunan sangat diperlukan, tetapi untuk mencapai hal tersebut adalah tidak mudah. Untuk beberapa negara Asia Pasifik, hal tersebut dilakukan melalui pengintegrasian pembangunan daerah. Hal ini dipandang sebagai bentuk perencanaan antara tingkat regional dan tingkat lokal. Menurut World Bank LED Quick Reference Guide, alasan diberikannya pendekatan ini karena:

1. Untuk pengekploitasian sumber daya lokal, dengan penggunaan modal, tenaga dan faktor produksi lainnya dengan lebih optimal;
2. Konsep perencanaan lokal dengan melibatkan partisipasi masyarakat dapat lebih mudah terealisasi pada tingkat lokal dari pada tingkat regional;
3. “Lokal” lebih kecil dari pada “Wilayah”, terlihat lebih homogen dari pada wilayah, dengan demikian akan dapat mengurangi kompleksitas masalah;
4. Koordinasi implementasi antara bidang-bidang yang terkait menjadi lebih mudah.

Terdapat 5 (lima) tingkatan dalam perencanaan;

1. *Macro Stage*, merupakan perencanaan nasional dengan tujuan umum;
2. *Sektor Stage*, merupakan perencanaan sektoral berkaitan dengan sektor basis;
3. *Interregional Stage*, dititikberatkan pada koordinasi antar wilayah;
4. *Regional Stage*, dititikberatkan pada koordinasi antara sektor pada masing-masing wilayah;
5. *Micro Stage*, merupakan perencanaan lokal dimana tujuan pembangunan lebih bersifat spesifik.

Diperlukan sebuah kebijakan regional untuk mengembangkan kawasan perbatasan antara Wilayah Jawa Tengah dan Wilayah Jawa Barat. Berdasarkan hasil pengamatan sudah diidentifikasi sektor-sektor unggulan di 3 wilayah Kabupaten, yaitu Kabupaten Brebes, Kuningan dan Cirebon. Sektor-sektor yang saling terkait, berpeluang untuk dijadikan target investasi dalam rangka mengembangkan perekonomian di kawasan perbatasan. Kolaborasi bisa dilakukan bersifat backward linkage,

forward linkage atau bersifat konglomerasi. Backward lingkage bisa berupa kerja sama terkait pemenuhan kebutuhan bahan baku, sedangkan backward linkage adalah kerja sama dalam memasarkan produk secara bersama-sama. Pembentukan kawasan perekonomian di daerah perbatasan adalah salah satu contoh bentuk kegiatan bersifat konglomerasi.

Daftar Pustaka

Anonim, 2010. *Kabupaten Brebes Dalam Angka 2010*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes.

Anonim, 2010. Kabupaten Cirebon Dalam Angka 2010. Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon.

Anonim, 2010. *Kabupaten Kuningan Dalam Angka 2010*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuningan.

Anonim, 2010. *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2010*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.

Anonim, 2010. *Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2010*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.

Arsyad, Lincoln. 1999. Ekonomi Pembangunan. Yogyakarta: BP STIE YKPN.

Friedmann, J. and Weaver, C. 1979. Territory and Function. London: Edward Arnold

Jamli, A., & R. Rizaldy. 1998. "Kinerja Komoditas Elektronika Indonesia 1981-1995: Pendekatan Keunggulan Komparatif". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 13, No.3, hal. 1-17.

Munir, R dan B. Fitanto. 2007. Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif: Masalah, Kebijakan, dan Panduan Pelaksanaan Kegiatan. Local Govenance Support Program, USAID.

Porter, M.E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. New York: A Division of Macmillan, Inc.

Stöhr, W. B. and Taylor, D. R. F. (eds) 1981. Development from Above or Below? Chichester: J. Wiley and Sons.

Stöhr, W. B. (Ed). 1990. Global Challenge and Local Response. London: Mansell

Sugiyanto, Catur. 2007. *Strategi Penyusunan Komoditas Unggulan Daerah*, PSEKP UGM. Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional Peningkatan Peran Lembaga Keuangan Daerah sebagai Sumber Pembiayaan Sektor Usaha Informal dalam Mendukung Pengentasan Kemiskinan. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia dan Universitas Gadjah Mada, 3 September 2007.

The World Bank Urban Development Unit. Local Economic Development, LED Quick Reference Guide. October 2001.

The Peter F. Drucker Foundation for Nonprofit Management, 1996. Emerging Partnership. Report.

DETERMINANT OF THE AMOUNT OF MONEY CIRCULATING IN INDONESIA (REVIEW MONEY SUPPLY (M2) 2006-2011)

Imas Maesaroh [1)], Lely Fera Triani [2)]
E-mail: imas@ut.ac.id [1)], lely@ut.ac.id [2)]
Fakultas Ekonomi Universitas Tebuka

ABSTRACT

One element in the government's monetary policy to stabilize the economy through the financial sector is the money supply. The main objective of this study was to analyze the determinants of the money supply in Indonesia in 2006.1-2011.4 period. The variables used are: Bank Indonesia Certificate rate (SBI), exchange rate, and gross domestic product (GDP). The data used in this study is time series data in the quarterly period from 2006.1 to 2011.4, using multiple linear regression. The results of this analysis states that only the variable exchange rate is not significant. While Bank Indonesia Certificate rate (SBI) and gross domestic product (GDP)are significant effect on the money supply (M2).

Keywords: *SBI rate, Exchange rate, GDP, M2*

ABSTRAK

Jumlah uang yang beredar merupakan salah satu unsur dalam kebijakan moneter pemerintah guna stabilitas perekonomian melalui sektor keuangan. Jumlah uang beredar idealnya adalah jumlah uang yang tercipta sama dengan jumlah uang yang dibutuhkan. Peningkatan jumlah uang yang beredar mampu memberikan dua dampak yang berbeda yaitu positif dan negatif. Dari sisi positifnya penambahan jumlah uang beredar menandakan bahwa telah terjadi peningkatan pendapatan dari masyarakat namun disisi yang lain akan memacu terjadinya inflasi. Pengendalian jumlah uang beredar sangat penting dan perlu suatu kajian khusus untuk melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kebijakan jumlah uang beredar di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor penentu jumlah uang yang beredar di Indonesia selama periode 2009-2011 dengan menggunakan analisa regresi model *log*. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder *time series* selama periode 2009-2011. Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial variabel tingkat suku bunga, kurs, dan PDB berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah uang beredar di Indonesia. Berdasarkan hasil uji F secara bersama-sama variabel tingkat suku bunga, kurs, dan PDB berpengaruh secara nyata terhadap jumlah uang beredar di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat suku bunga, kurs, dan PDB berpengaruh dan signifikan terhadap jumlah uang beredar. Saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini

antara lain, pemerintah maupun pelaku ekonomi yang lain diharapkan dapat menjaga stabilitas ekonomi, politik dan keamanan dalam negeri serta Bank Indonesia dapat menurunkan tingkat suku bunga, menjaga stabilitas nilai tukar, serta PDB meningkat sehingga jumlah uang beredar dapat dikendalikan.

Kata kunci: jumlah uang beredar (M2), tingkat suku bunga, kurs, Produk Domestik Bruto

PENDAHULUAN

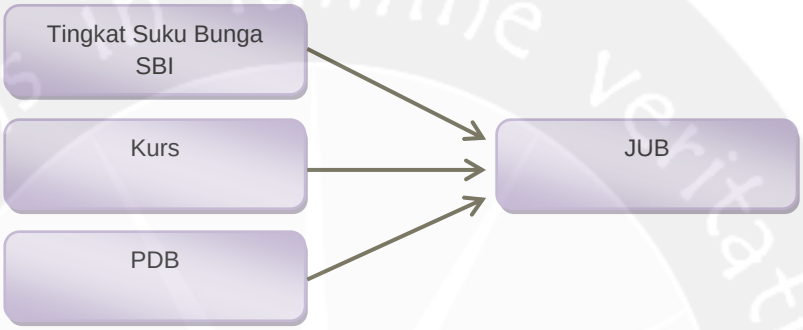
Pada banyak negara berkembang, yang umumnya memiliki tingkat kesejahteraan rakyat yang relatif masih rendah, mempertinggi tingkat pertumbuhan ekonomi memang sangat mutlak diperlukan untuk mengejar ketertinggalan di bidang ekonomi dari negara-negara industri maju. Oleh karena masih relatif lemahnya kemampuan partisipasi swasta domestik dalam pembangunan ekonomi nasional.

Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang, oleh karena itu Indonesia harus giat melaksanakan pembangunan di segala bidang, sebagai tujuan dari pembangunan. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan pembangunan adalah meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dari tahun ke tahun melalui perkembangan sektor keuangan yang semakin pesat dewasa ini.

Bank Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-undang No. 23 Tahun 1999, yang telah diubah dengan Undang-undang No.3 tahun 2004 adalah Bank Sentral Republik Indonesia yang merupakan lembaga negara yang independen, bebas dari campur tangan pemerintah dan/atau pihak-pihak lainnya, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang yang mengaturnya (Siamat,2005:38). Peran Bank Indonesia sebagai Bank Sentral sangat berpengaruh besar dalam perekonomian Indonesia yang berdampak pada kestabilan nilai rupiah. Tujuan Bank Indonesia dalam mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah perlu ditopang dengan tiga pilar utama, yaitu menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter; mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran; serta mengatur dan mengawasi bank.

Bank Indonesia merupakan lembaga yang berwenang untuk mengeluarkan dan mengatur peredaran uang rupiah, yakni mencabut, menarik dan memusnahkan uang serta menetapkan macam, harga, ciri uang yang akan dikeluarkan, bahan yang digunakan, dan penentuan mulai berlakunya sebagai alat pembayaran yang sah. Sebagai konsekuensi dari ketentuan tersebut, maka Bank Indonesia harus menjamin ketersediaan uang sebagai alat untuk melakukan tukar-menukar serta untuk melakukan kegiatan ekonomi yang meliputi produksi, distribusi, dan kosumsi di masyarakat dalam jumlah yang cukup dan dengan kualitas yang memadai.

Pengertian uang dalam perekonomian modern dibagi menjadi pengertian uang dalam arti sempit dan pengertian uang dalam arti luas. Pengertian uang dalam arti sempit disebut dengan M1, yaitu uang kartal dan uang giral. Sedangkan pengertian uang dalam arti luas disebut M2, yaitu M1 ditambah *Time Deposits* dan *Saving Deposits*. Pengertian uang yang lebih luas lagi adalah M3, yaitu M2 ditambah obligasi. Tetapi menurut Herlambang (2002:116) istilah yang sering dipakai hanyalah M1 dan M2.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Tujuan Penelitian

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya jumlah uang beredar di Indonesia baik dalam arti luas (M2) maupun dalam arti sempit (M1). Dalam penelitian ini, berdasarkan dari kerangka pemikiran, maka tujuan yang ingin dicapai adalah menganalisa determinan jumlah uang beredar (M2) di Indonesia periode 2008-2011. Sistematika setelah pendahuluan ini dilanjutkan dengan pengembangan teori dan hipotesis, metode penelitian, hasil penelitian, pembahasan, serta diakhiri dengan kesimpulan.

Tinjauan Pustaka

Teori Jumlah Uang Beredar

Menurut Ritonga (2003:74), jumlah uang beredar (JUB) adalah jumlah uang dalam suatu perekonomian pada waktu tertentu. Pada dasarnya, jumlah uang beredar ditentukan oleh besarnya penawaran uang (dari Bank Sentral) dan permintaan uang (dari masyarakat). Sedangkan menurut Boediono (1998:3), jumlah uang beredar pada dasarnya memiliki dua pengertian, yaitu uang beredar dalam arti sempit (*narrow money*) dan uang beredar dalam arti luas (*broad money*).

Dalam arti sempit, uang memiliki pengertian sebagai seluruh uang kartal dan uang giral yang tersedia untuk digunakan oleh masyarakat, sehingga merupakan daya beli yang bisa langsung digunakan untuk pembayaran (Boediono,1998:3). Uang kartal (*currency*) adalah uang tunai yang dikeluarkan oleh pemerintah atau Bank Sentral yang langsung di bawah kekuasaan masyarakat umum untuk

menggunakannya dan terdiri dari uang kertas dan uang logam yang berada di luar bank-bank umum dan Bank Sentral itu sendiri. Sedangkan uang giral memiliki pengertian sebagai seluruh nilai saldo rekening koran (giro) yang dimiliki masyarakat pada bank-bank umum yang sewaktu-waktu dapat digunakan oleh pemiliknya (masyarakat). Tidak termasuk dalam pengertian uang giral ini adalah saldo rekening koran milik bank pada bank lain atau pada Bank Sentral ataupun saldo rekening koran milik pemerintah pada bank atau Bank Sentral. Dengan demikian, jumlah uang beredar pada suatu saat adalah penjumlahan dari uang kartal dan uang giral (Boediono, 1998:4).

M1 = C + DD.....(1)

M1 = JUB dalam arti sempit

C = uang kartal (*currency*) adalah uang kertas dan uang logam yang dikeluarkan oleh otoritas moneter.

DD = uang giral (*demand deposits*) adalah simpanan milik sektor swasta domestik pada bank pencetak uang giral yang setiap saat dapat ditarik untuk ditukarkan dengan uang kartal sebesar nominalnya.

Uang beredar dalam arti luas diartikan sebagai M1 ditambah dengan deposito berjangka dan saldo tabungan milik masyarakat pada bank-bank (Boediono,1998:5). Secara matematis ditunjukkan dalam persamaan sebagai berikut:

M2 = M1 + TD + SD.....(2)

M2 = JUB (dalam arti luas)

TD = deposito berjangka (*time deposits*)

SD = saldo tabungan (*savings deposits*)

Meskipun tidak semudah uang tunai atau cek untuk menggunakannya, uang yang disimpan dalam bentuk deposito berjangka dan tabungan ini merupakan daya beli potensial bagi pemiliknya, oleh karena itulah keduanya dimasukkan ke dalam definisi M2. Pengertian JUB yang lebih luas lagi adalah M3, yaitu M2 + uang kuasi (*quasi money*). Pengertian uang kuasi mencakup semua deposito berjangka dan tabungan, baik dalam mata uang lokal maupun mata uang asing (dolar) serta giro valas milik penduduk pada bank atau lembaga keuangan bukan bank.

Pengertian JUB yang paling luas adalah likuiditas total (*total likuidity*) dengan notasi L, yaitu mencakup semua alat-alat likuid yang ada di masyarakat. Alat-alat likuid itu bukan hanya simpanan berjangka dan tabungan, tapi juga dapat meliputi obligasi pemerintah dan swasta yang berjangka pendek, wesel perusahaan, deposito di luar negeri, dan sebagainya (Boediono,1998: 6-7).

Menurut Ritonga (2003:74), pada dasarnya jumlah uang beredar (JUB) ditentukan oleh besarnya permintaan uang (dari masyarakat) dan

penawaran uang (dari bank sentral). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi JUB dalam masyarakat antara lain sebagai berikut: 1) pendapatan, adalah jumlah uang yang diterima oleh masyarakat dalam jangka waktu tertentu; 2) tingkat suku bunga; 3) selera masyarakat; 4) harga barang; 5) fasilitas kredit (cara pembayaran) dengan menggunakan kartu kredit atau cara angsuran; 6) kekayaan yang dimiliki masyarakat, jumlah uang yang beredar dalam masyarakat semakin besar apabila ragam (variasi) bentuk kekayaan sedikit.

Teori Tingkat Suku Bunga

Menurut Hubbard (1997) dan Laksmono (2001), bunga adalah biaya yang harus dibiayai oleh peminjam (*borrower*) atas pinjaman yang diterima dan imbalan lender atas investasinya. Suku bunga mempengaruhi keputusan individu terhadap pilihan membelanjakan uang lebih banyak (*spending*) atau menabung (*saving*).

Menurut Kem dan Guttman (1992) seperti diuraikan Laksmono (2001) menganggap bahwa suku bunga merupakan sebuah harga dan sebagaimana harga lainnya maka tingkat suku bunga ditentukan oleh interaksi antara permintaan dengan penawaran.

Analisis John Maynard Keyness dalam teorinya yang dinamakan *Monetary Theory of Interest Rate*, menyatakan bahwa tingkat suku bunga ditentukan oleh jumlah permintaan dan penawaran. Kondisi ekuilibrim akan terjadi apabila jumlah uang yang diminta sama dengan jumlah uang yang ditawarkan.

Tingkat suku bunga akan berubah mengikuti perubahan dalam permintaan dan penawaran jumlah uang yang beredar.

- Perubahan dalam penawaran uang (*money supply*)

Kenaikan dalam penawaran uang akan menyebabkan turunnya tingkat suku bunga, dan sebaliknya, penurunan jumlah uang yang ditawarkan, akan menyebabkan kenaikan tingkat suku bunga.

- Perubahan dalam permintaan uang (*money demand*)

Kenaikan dalam permintaan uang akan menyebabkan tingkat suku bunga meningka, dan sebaliknya, penurunan jumlah uang yg diminta, akan menyebabkan tingkat suku bunga menurun.

Menurut Karl dan Fair (2001) suku bunga adalah pembayaran bunga tahunan daru suatu pinjaman, dalam bentuk persentase dari pinjaman yang diperoleh dari jumlah bunga yang diterima tiap tahun dibagi dengan jumlah pinjaman. Pengertian suku bunga menurut Sunariyah (1993) adalah harga dari pinjaman (*cost of lending*). Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang digunakan oleh peminjam (*debitur*) yang harus dibayarkan kepada pihak yang meminjamkan (*kreditur*). Adapun fungsi suku bunga menurut Sunariyah (1993) adalah:

a. Sebagai daya tarik bagi pihak yang menyimpan dananya (*saver*) yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan.

b. Suku bunga dapat digunakan sebagai alat moneter dalam mengendalikan *supply* dan *demand* uang yang beredar dalam perekonomian.

c. Pemerintah dapat memanfaatkan suku bunga untuk mengontrol jumlah uang beredar. Ini berarti, pemerintah dapat mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian.

Menurut Nopirin (1992) fungsi tingkat bunga dalam perekonomian yaitu alokasi faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa yang dipakai sekarang dan di kemudian hari. Menurut Ramirez dan Khan (1999) ada dua jenis faktor yang menentukan nilai suku bunga, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pendapatan nasional (*real GDP*), jumlah uang beredar (*money supply*), dan inflasi. Sedangkan faktor eksternal merupakan suku bunga luar negeri dan tingkat perubahan nilai valuta asing yang diduga.

Seiring dengan berkurangnya jumlah uang beredar, keinginan masyarakat untuk melakukan pembelanjaan (*spending*) pun akan menurun. Selanjutnya harga barang dan jasa umum akan cenderung stagnan, atau tidak terjadi dorongan inflasi. Sebaliknya jika suku bunga rendah, masyarakat cenderung tidak tertarik lagi untuk menyimpan uangnya di bank dan kecenderungan untuk melakukan pembelanjaan dananya (*spending*) akan meningkat.

Definisi Sertifikat Bank Indonesia

Sertifikat merupakan suatu surat keterangan atau pernyataan tertulis atau tercetak dari orang yang berwenang yang dapat digunakan sebagai bukti suatu kejadian. Sertifikat yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) dikenal dengan Sertifikat Bank Indonesia (SBI). Sertifikat Bank Indonesia (SBI) adalah surat berharga yang dikeluarkan Bank Indonesia sebagai pengakuan utang berjangka waktu pendek (1-3 bulan) dengan sistem diskonto bunga. SBI merupakan salah satu mekanisme yang digunakan Bank Indonesia untuk mengontrol kestabilan nilai rupiah. Dengan menjual SBI, Bank Indonesia dapat menyerap kelebihan uang primer yang beredar. Tingkat suku bunga yang berlaku pada setiap penjualan SBI ditentukan oleh mekanisme pasar berdasarkan sistem lelang.

Jadi, dimaksud dengan suku bunga SBI adalah tingkat bunga yang ditetapkan pemerintah atas bank-bank umum yang ingin membeli sertifikat Bank Indonesia (SBI) yang dijadikan patokan untuk menambah/mengurangi jumlah uang beredar.

Teori Nilai Tukar (Kurs)

Nilai tukar atau kurs merupakan harga mata uang suatu Negara terhadap mata uang Negara lain (Pilbeam, 2006), sedangkan Krugman (2000) mengartikan nilai tukar adalah harga sebuah mata uang dari suatu negara yang diukur atau dinyatakan dalam mata uang yang lain. Nilai tukar suatu mata uang dapat didefinisikan sebagai harga relatif dari mata uang terhadap mata uang negara lainnya.

Kurs juga merupakan jumlah satuan atau unit dari mata uang tertentu yang diperlukan untuk memperoleh atau membeli satu unit atau satuan

jenis mata uang lainnya. Menurut Sawaldjo Puspopranoto (2004:212), definisi kurs adalah harga dimana mata uang suatu negara dipertukarkan dengan mata uang negara lain disebut nilai tukar (kurs). Secara umum definisi kurs adalah nilai suatu mata uang dibandingkan degan mata uang lainnya. Misalnya nilai mata uang rupiah terhadap US Dollar.

Mudrajad Kuncoro (2002) menyatakan, kurs merupakan harga atau nilai tukar mata uang lokal terhadap mata uang asing. Para pelaku dalam pasar internasional amat peduli terhadap penentuan kurs valuta asing (valas), karena kurs valas akan mempengaruhi biaya dan manfaat ”bermain” dalam perdagangan barang, jasa dan surat berharga. Faktor-faktor fundamental yang diduga kuat berpengaruh kuat terhadap kurs valas adalah jumlah uang beredar, pendapatan riil relatif, harga relatif, perbedaan inflasi, perbedaan suku bunga, dan permintaan serta penawaran aset di kedua negara.

Di Indonesia, biasanya pemerintah yang berperan dalam penentuan kurs agar sampai pada tingkat yang kondusif bagi dunia usaha. Kurs khususnya kurs rupiah per Dollar sangat berkaitan erat dan mempengaruhi arus barang dan jasa serta modal dari dalam dan keluar Indonesia.

Definisi Produk Domestik Bruto

Produk Domestik Bruto (GDP – Gross Domestic Product) adalah nilai barang atau jasa yang di produksi oleh suatu negara dalam suatu waktu tertentu yang menjumlahkan semua hasil dari warga negara yang bersangkutan ditambah warga negara asing yang bekerja di negara yang bersangkutan. Jadi GNP sama dengan GDP ditambah pendapatan milik penduduk domestik yang dikirim dari negara lain berkat kepemilikan mereka atas faktor produksi di luar negeri dikurangi pendapatan milik orang asing atas faktor produksi yang ada di negara domestik.

PDB diartikan sebagai nilai keseluruhan semua barang dan jasa yang diproduksi di dalam wilayah tersebut dalam jangka waktu tertentu (biasanya per tahun). Sehingga PDB hanya menghitung total produksi dari suatu negara tanpa memperhitungkan apakah produksi itu dilakukan dengan memakai faktor produksi dalam negeri atau tidak.

PDB Nominal (atau disebut PDB Atas Dasar Harga Berlaku) merujuk kepada nilai PDB tanpa memperhatikan pengaruh harga. Sedangkan PDB riil (atau disebut PDB Atas Dasar Harga Konstan) mengoreksi angka PDB nominal dengan memasukkan pengaruh dari harga.

Kamus perbankan, Bank Indonesia; 1999 PDB dapat dihitung dengan memakai dua pendekatan, yaitu pendekatan pengeluaran dan pendekatan pendapatan. Rumus umum untuk PDB dengan pendekatan pengeluaran adalah:

PDB = konsumsi + investasi + pengeluaran pemerintah + (ekspor impor)

Dimana konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga, investasi oleh sektor usaha, pengeluaran pemerintah oleh pemerintah, dan ekspor dan impor melibatkan sektor luar negeri.

Sementara pendekatan pendapatan menghitung pendapatan yang diterima faktor produksi:

PDB = sewa + upah + bunga + laba

Dimana sewa adalah pendapatan pemilik faktor produksi tetap seperti tanah, upah untuk tenaga kerja, bunga untuk pemilik modal, dan laba untuk pengusaha. Secara teori, PDB dengan pendekatan pengeluaran dan pendapatan harus menghasilkan angka yang sama. Namun karena dalam praktek menghitung PDB dengan pendekatan pendapatan sulit dilakukan, maka yang sering digunakan adalah dengan pendekatan pengeluaran.

Produk domestik bruto merupakan ukuran terbaik dari kinerja perekonomian karena tujuan PDB adalah meringkas aktivitas ekonomi dalam nilai uang tunggal dalam periode waktu tertentu. Terdapat beberapa cara untuk menilai PDB sebagai kinerja sebuah perekonomian, (1) dengan melihat PDB sebagai perekonomian total (pendekatan pendapatan) dari setiap orang yang berada di dalam perekonomian, (2) dengan melihat PDB sebagai pengeluaran total (pendekatan pengeluaran) pada output barang dan jasa perekonomian. Dari sudut pandang lain, jelaslah mengapa PDB merupakan cerminan dari kinerja ekonomi karena mengukur sesuatu yang dipedulikan banyak orang (pendapatan) demikian pula dengan output barang dan jasa yang memuaskan permintaan rumah tangga, perusahaan dan pemerintah. PDB mengukur pendapatan dan pengeluaran perekonomian pada outputnya dengan alas an bahwa jumlah keduanya adalah sama dan fakta yang mendasar, karena setiap transaksi memiliki penjual dan pembeli. Setiap uang yang dikeluarkan seorang pembeli menjadi pendapatan seorang penjual yang lain.

Kajian Penelitian Sejenis

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, Ismail Hasan (2009) melakukan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah uang beredar di Indonesia periode 1985-2005. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan, bahwa Produk Domestik Bruto mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap Jumlah Uang Beredar, dan Kurs berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia. Sedangkan Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia.

METODE ANALISIS

Subyek Penelitian

Subyek penelitian, yaitu semua individu yang hendak dikenai generalisasi dari sampel-sampel yang diambil dalam suatu penelitian. Dari batasan di atas maka populasi penelitian adalah semua data tingkat suku bunga SBI, kurs, produk domestik bruto dan jumlah uang beredar di Indonesia. Data tersebut diambil dari website resmi Bank Indonesia, yaitu www.bi.go.id dan www.bps.go.id selama periode Triwulan I 2006 – Triwulan IV 2011.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan diteliti ialah variable-variabel yang bersifat

independen yang mempengaruhi Jumlah Uang Beredar di Indonesia, yaitu:

1. Tingkat Suku Bunga SBI
2. Nilai Tukar (Kurs)
3. Produk Domestik Bruto (PDB)

Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi adalah yang diminati dalam penelitian, atau kelompok yang akan dikenakan atau diterapi hasil dari penelitiannya. Sedang sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili pupulasinya. Pengamatan populasi dan sampel dilakukan selama periode Triwulan I 2006 – Triwulan IV 2011. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang meliputi data suku bunga SBI, nilai kurs Rupiah terhadap USD, produk domestik bruto, dan jumlah uang beredar (JUB).

Metode Analisa Data

Dalam penelitian ini menggunakan model Regresi Linier Berganda, melalui
metode ini peneliti berusaha menemukan bentuk atau pola hubungan antara variabel
dependen dengan lebih dari satu variabel independent.
Persamaan garis regresi dalam penelitian adalah:

$$JUB = \beta_0 + \beta_1 SBI + \beta_2 Kurs + \beta_3 PDB + e$$

Keterangan:

JUB	=	Jumlah Uang Beredar
β_1, β_2, β_3	=	Koefisien regresi SBI, Kurs, PDB
SBI	=	Keuntungan dari dana modal yang di simpan atau di investasikan
Kurs	=	Harga uang asing dalam satuan mata uang domestik
PDB	=	Produk Domestik Bruto
β_0	=	Konstanta
E	=	Residual persamaan regresi

Dalam melaksanakan analisis regresi linier berganda perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian 4 asumsi klasik yang dianggap penting, yaitu data yang digunakan adalah terdistribusi normal, tidak terdapat multikoloniaritas antar variabel bebas, tidak terjadi autokorelasi, dan tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Kenormalan Data

Analisis ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengujinya dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik plot, jika data menyebar di sekitar garis diagonal menunjukkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Mutikolinearitas adalah keadaan suatu variabel-variabel independent dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) yang erat satu dengan sama lain. Jika terdapat multikolineritas sempurna akan berakibat koefisien regresi tidak dapat ditentukan, serta standar deviasi akan menjadi tidak terhingga meskipun terhingga memiliki standar deviasi yang besar. Hal ini mengakibatkan populasi dari koefisien tidak dapat diinterpretasikan secara tepat. Untuk

mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dengan menganalisis matrik korelasi antar variabel bebas dan perhitungan nilai tolerance lebih dari 10% dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah menguji hubungan yang terjadi di antar anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (Alhusin: 2003). Untuk mendeteksi autokorelasi yang paling sering dilakukan adalah uji Durbin Watson (Uji d). Ketentuan Durbin – Watson adalah sebagai berikut:

1. Nilai dw < dl , terdapat korelasi positif
2. Nilai dl ≤ dw ≤ du, tidak ada kesimpulan
3. Nilai du ≤ dw ≤ 4 - du, kesimpulannya tidak terjadi autokorelasi
4. Nilai 4 - du ≤ dw ≤ 4 - du, kesimpulannya tidak ada kesimpulan
5. Nilai dw > 4 - du, kesimpulannya terjadi autokorelasi

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas biasa ditemukan pada data *Cross-sectional* yaitu pengamatan yang dilakukan pada individu yang berbeda pada saat yang sama. Uji heterokedastisitas yang dipergunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode grafik. Prinsip model ini adalah memeriksa pola residual terhadap tafsiran Y. Heterokedastisitas terjadi apabila varians tidak konstan, sehingga seakan-akan terdapat beberapa kelompok data yang memiliki besaran error yang berbeda, dan membentuk suatu pola. Heterokedastisitas akan terdeteksi apabila plot membentuk pola yang sistematis. Setelah melakukan pengujian ada tidaknya ketiga masalah dalam persamaan regresi linier berganda dan didapat bahwa persamaan tersebut bebas dari semua masalah tersebut maka pengujian selanjutnya untuk menunjukkan bahwa model regresi berganda yang dibuat bagus dan terdapat korelasi variabel bebas yang signifikan baik secara individu maupun terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Uji parsial koefisien regresi dengan menggunakan t-test untuk menguji signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan α = 5% (2 tailed).
2. Uji signifikansi keseluruhan koefisien bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan menggunakan F-test 2 dikatakan bahwa secara keseluruhan variabel bebas signifikan dipengaruhi variabel terikat.
3. Koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinan mengukur *goodness of fit* persamaan regresi yaitu memberikan persentase variabel total dari variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinan terletak diantara 0 sampai dengan 1. nilai $R^2 = 1$ berarti bahwa garis regresi yang terjadi menjelaskan 100% variasi terikat. Jika nilai $R^2 = 0$, berarti model yang terjadi tidak dapat menjelaskan sedikitpun garis-garis regresi yang terjadi. Baik tidaknya suatu model bukan semata-mata ditentukan oleh R^2 yang tinggi, akan

tetapi harus lebih memperhatikan relevansi logis atau teoristis dari varibel bebas dengan variabel terikat secara statistik.

Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel SBI terhadap JUB

H_0 : $\beta_1 = 0$ (Variabel SBI tidak berpengaruh terhadap JUB)

H_1 : $\beta_1 \neq 0$ (Varibel SBI berpengaruh terhadap JUB)

2. Pengaruh variabel Kurs terhadap JUB

H_0 : $\beta_2 = 0$ (Variabel Kurs tidak berpengaruh terhadap JUB)

H_1 : $\beta_2 \neq 0$ (Varibel Kurs berpengaruh terhadap JUB)

3. Pengaruh variabel PDB terhadap JUB

H_0 : $\beta_3 = 0$ (Variabel PDB tidak berpengaruh terhadap JUB)

H_1 : $\beta_3 \neq 0$ (Variabel PDB berpengaruh terhadap JUB)

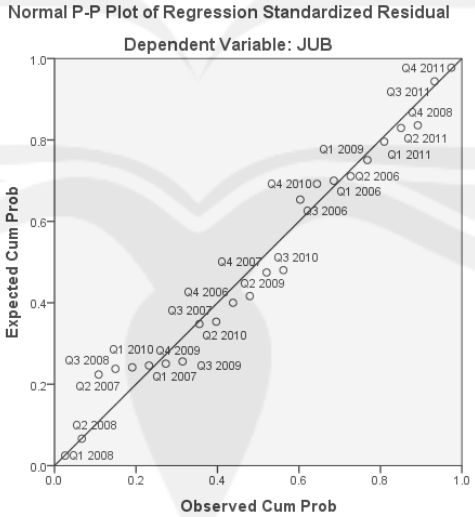
Uji Korelasi dan Regresi.

Uji korelasi digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi itu berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi). Uji Regresi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabelnya berpengaruh signifikan terhadap variabel independen secara partial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL ANALISIS

Hasil Uji Normalitas pada Jumlah Uang Beredar di Indonesia

Berikut diagram normalitasnya:



Gambar 2
Diagram Scatter Plot Normalits JUB

Dengan melihat Gambar di atas maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas terpenuhi, karena titik-titik plot berada di sekitar garis diagonal.

Hasil Uji Multikolinearitas pada Jumlah Uang Beredar di Indonesia

Tabel 1 Hasil Uji Multikolinearitas JUB

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4871700.152	793970.830		6.136	.000		
	SBI	-158696.775	30031.916	-.671	-5.284	.000	.712	1.404
	KURS	-120.884	77.465	-.183	-1.560	.134	.835	1.198
	PDB	-.837	.351	-.320	-2.388	.027	.641	1.561

a. Dependent Variable: JUB
Sumber: data diolah penulis

Berdasarkan tabel di atas JUB menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang memiliki tolerance kurang dari 10% yang berarti tidak ada korelasi antar variabel. Hasil perhitungan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model tersebut.

Hasil Uji Autokorelasi pada JUB

Tabel 2
Dependent Variabel JUB

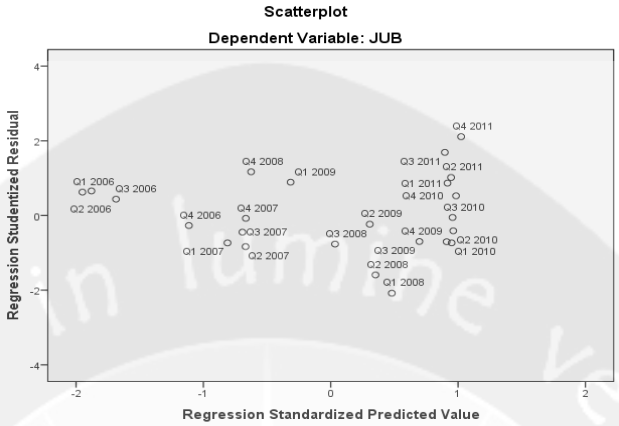
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.878[a]	.770	.736	239016.90692	.524

a. Predictors: (Constant), PDB, KURS, SBI
b. Dependent Variable: JUB
Sumber: data diolah penulis

Nilai Durbin-Watson sebesar 0,524 sedangkan dari tabel D-W (α 0,05 : n : 24; nilai terdekat dalam tabel; k : 3) diperoleh dL : 1,078. dU : 1,660. Karena nilai DW < dU (0,524 < 1,660), maka dapat dikatakan bahwa terjadi autokorelasi. dari tabel di atas juga dapat diketahui koefisien determinasi R Square adalah 77%. Hal ini menunjukkan variabel JUB dapat dijelaskan oleh variabel SBI, Kurs, dan PDB sebesar 77% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Hasil Uji Heterokedastisitas JUB



Gambar 3
Diagram Scatter Plot pada JUB

Dari grafik scatter plot pada JUB periode Triwulan I 2006-Triwulan IV 2011 tampak titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Diagram pencar di atas ternyata tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas sehingga model regresi tersebut layak digunakan untuk memprediksi DPK berdasarkan input dari variabel bebas yaitu Inflasi, Kurs Rupiah terhadap USD, Tingkat Suku Bunga SBI.

Hasil Uji Korelasi dan Regresi

Tabel 3
Hasil Uji Korelasi dan Regresi

Correlations

		JUB	SBI	KURS	PDB
Pearson Correlation	JUB	1.000	-.837	-.120	-.586
	SBI	-.837	1.000	.059	.485
	KURS	-.120	.059	1.000	-.323
	PDB	-.586	.485	-.323	1.000
Sig. (1-tailed)	JUB	.	.000	.289	.001
	SBI	.000	.	.391	.008
	KURS	.289	.391	.	.062
	PDB	.001	.008	.062	.
N	JUB	24	24	24	24
	SBI	24	24	24	24
	KURS	24	24	24	24
	PDB	24	24	24	24

Sumber: data diolah penulis

Analisis korelasi dari hasil output SPSS adalah sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi SBI dengan JUB adalah sebesar 0,000. Berarti keeratan korelasi antara variabel SBI dengan JUB kuat. Nilai p-value pada kolom sig (2-tailed) 0,000 < 0,05 *level of significant* (α) berarti Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, SBI berkorelasi dengan JUB.

2. Koefisien korelasi KURS dengan JUB adalah sebesar 0,289. Berarti keeratan korelasi antara variabel KURS dengan JUB kuat. Nilai p-value pada kolom sig (2-tiled) 0,289 > 0,05 *level of significant* (α) berarti Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, KURS tidak berkorelasi dengan JUB.

3. Koefisien korelasi PDB dengan JUB adalah sebesar 0,001. Berarti keeratan korelasi antara variabel Inflasi dengan DPK kuat. Nilai p-value pada kolom sig (2-tiled) 0,001 < 0,05 *level of significant* (α) berarti Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, PDB berkorelasi dengan JUB.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis t atau uji secara individual (parsial) antara variable bebas variabel bebas: nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI terhadap variabel terikatnya yaitu Indeks harga Saham Gabungan. Penelitian ini menghasilkan t hitung sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	6,136	2,093	0,000	Signifikan
SBI	-5,284	2,093	0,000	Signifikan
KURS	-1,560	2,093	0,134	Tidak Signifikan
PDB	-2,388	2,093	0,027	Signifikan

Sumber: data diolah penulis

Harga t untuk variabel SBI adalah -5,284 dengan probabilitas / signifikan 0,000, probabilitas 0,000 < 0,05 Ho ditolak, tidak ada pengaruh SBI terhadap JUB. Pengujian KURS dan PDB terhadap JUB sama pengujiannya seperti di atas. Dan kesimpulannya dapat dilihat pada tabel 4 di atas. Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa variabel KURS berpengaruh lemah / tidak signifikan terhadap JUB, sedangkan variabel SBI dan PDB berpengaruh kuat / signifikan terhadap JUB.

Tabel 5
Tabel Anova

ANOVA*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38343160398 28.643	3	1278105346609.548	22.372	.000b
	Residual	11425816358 69.189	20	57129081793.459		
	Total	49768976756 97.832	23			

a. Dependent Variable: JUB

b. Predictors: (Constant), PDB, KURS, SBI

Sumber: data diolah penulis

Berdasarkan output dari tabel ANOVA diatas dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki angka signifikan 0,000 jauh di bawah 0,05 sehingga uji ini signifikan. Dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variable SBI, KURS dan PDB berpengaruh secara signifikan terhadap JUB.

Tabel 6
Tabel Coeficients JUB

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4871700.152	793970.830		6.136	.000		
	SBI	-158696.775	30031.916	-.671	-5.284	.000	.712	1.404
	KURS	-120.884	77.465	-.183	-1.560	.134	.835	1.198
	PDB	-.837	.351	-.320	-2.388	.027	.641	1.561

a. Dependent Variable: JUB
Sumber: data diolah penulis

Model regresi yang terbentuk dari hasil analisis di atas adalah:
JUB = 4871700,152 – 158696,775 **SBI –** 120,884 **KURS –** 0,837 **PDB**
Dari persamaan regresi tersebut di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:
1. Konstanta 4871700,152 menyatakan bahwa jika tidak ada SBI/KURS/PDB maka JUB adalah 4871700,152.
2. Koefisien regresi β_1 sebesar 158696,775 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% SBI akan meningkatkan JUB sebesar 158696,775.
3. Koefisien regresi β_2 sebesar 120,884 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp1 KURS akan meningkatkan IHSG sebesar 120,884.
4. Koefisien regresi β_3 sebesar 0,837 menyatakan bahwa setiap penambahan PDB akan meningkatkan JUB sebesar 0,837.

KESIMPULAN

Dengan melihat hasil pengujian pada penelitian maka dapat disimpulkan bahwa hanya variabel Kurs berpengaruh lemah terhadap jumlah uang beredar di Indonesia. Sedangkan variable tingkat suku bunga SBI dan produk domestik bruto berpengaruh kuat terhadap jumlah uang beredar di Indonesia.
Berdasarkan nilai R Square pada pengujian Durbin Watson, variabel JUB dapat dijelaskan oleh variabel suku bunga SBI, kurs dan produk domestik bruto sebesar 77,7%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.
Variabel suku bunga SBI, kurs dan produk domestik bruto berpengaruh negatif atau berlawanan arah terhadap jumlah uang beredar, artinya apabila suku bunga SBI meningkat maka jumlah uang beredar akan mengalami penurunan.

Begitu pula untuk varibel kurs dan produk domestik bruto.

Saran

Penelitian yang dilakukan memiliki keterbatasan diantaranya periode pengamatan dan kemungkinan masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi jumlah uang beredar di Indonesia. Atas kelemahan atau keterbatasan penelitian ini, maka beberapa saran untuk penelitian mendatang yaitu dengan menambahkan variabel bebas lainnya yang kemungkinan mempengaruhi jumlah uang beredar di Indonesia. Peneliti juga menyarankan untuk penelitian mendatang menggunakan data Primer, dengan maksud untuk mengetahui secara pasti variabel atau hal apa saja yang memiliki pengaruh kuat terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga pada Bank Devisa di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Boediono. 1998. *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta: BPFE.

Dahlan Siamat. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan* Edisi 5. Jakarta: LP-FEUI.

Hertiana Ikasari, 2005, *Determinasi Inflasi (Pendekatan Klasik)*, Tesis Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan yang di publikasikan.

Hubbard, R. Glen., 2000. *Factors that are Influence Interest Rate*. Economics.

Imam Ghozali, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* BP Undip Semarang.

Karl E. case and Fair, Ray C., 1986. *Definition of Interest Rate*. Principles of Economics.

Laksmono, R. Didy.,2001. *Suku Bunga Senagai Salah Satu Indikator Ekspektasi Inflasi*. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan.

Lily Prayitno, Heny Sandjaya, Richard Llewelyn, 2002, *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia Sebelum dan Sesudah Krisis: sebuah Analisis Ekonometrika*, Jurnal Manajemen &Kewirausahaan Vol. 4, No. 1, Maret 2002: 46 -55.

Miguel D. Ramirez and Shahryar khan, 1999. *Cointegration Analysis of PPP*. USA: Trinity College.

Mudrajat Kuncoro, dan Suhardjono, 2002, *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

Primawan Wisda Nugroho, dan Maruto Basuki, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Inflasi di Indonesia Periode 2000.1-2011.4*, Diponegoro Journal Of Economic, Volume 1, Nomor1, Tahun 2012, Halaman 1-10.

Ritonga, dkk. 2003. *Pelajaran Ekonomi* Jil. 2 Untuk SMU Kelas 2. Jakarta: Erlangga.

Subagyo, Sri Fatmawati, Rudy Badrudin, Astuti Purnamawati, Algifari, 1997. *Bank dan Lembaga*

Keuangan Lainnya, Edisi ke-1, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Sunariyah, 1993. *Informasi Prospektus dan Ketepatan Peramalan Laba*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Suramaya Suci Kewal, *Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs, dan Pertumbuhan PDB terhadap Indeks Harga Saham Gabungan*, Jurnal Economia, Volume 8, Nomor 1, April 2012.

Tedy Herlambang, dkk. 2002. *Ekonomi Makro: Teori, Analisis, dan Kebijakan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

www.bi.go.id

www.bps.go.id

PERANAN BANK PERKREDITAN RAKYAT(BPR) DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN SEKTOR UMKM

Suhartono
e-mail : tono@ut.ac.id
[1)] Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

ABSTRACT

One of the factors that influence the success of a business is the capital of the business. Thus, the role of government and private institution in providing this need is very essential. It can be in the form of a credit loan by financial institution, commercial bank, government bank or rural bank. The role of rural bank as a creditor has shown a good performance. This article will discuss the role of rural bank in supporting the Small and Medium Enterprise sector in Indonesia.

The total credit which was distributed by rural bank until October 2011 was 40,26 trillion. This value was increasing 20,96% comparing to the previous year, 33 trillion rupiah. Most of those credit was productive credit of micro unit, small and

medium enterprise. However, those credit was considered small because it was less than 5% from the total credit of national banking industry. The portion of debitor s' credit account was 23% from the national debitors'credit account. The total assets grew significantly that year until 20,56%. Based on the data, the prospect of rural bank in increasing the role of small and medium enterprise is widely open. Bank of Indonesia should encourage the role of rural bank through conducive regulation, so the rural bank can give big contribution in increasing the Small and Medium Enterprise. Hopefully, the grow of rural bank can be a good news for the development of Small and Medium Enterprise sector which can increase the revenue and the welfare of middle to low level of economic agents.

***Keywords**: rural bank, small and medium enterprise, capitalization.*

ABSTRAK

Keberhasilan suatu usaha salah satunya dipengaruhi oleh masalah permodalan. Oleh karena itu peran pemerintah dan swasta dalam memenuhi kebutuhan modal sangat diperlukan. Peran tersebut pada umumnya diberikan dalam bentuk pemberian kredit yang dilakukan oleh lembaga keuangan, baik bank umum, bank pemerintah maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Peranan BPR sendiri sebagai pemberi kredit menunjukkan kinerja yang semakin meningkat. Artikel ini ingin mengulas secara khusus peranan BPR dalam mendorong sektor UMKM di Indonesia.

Nilai kredit BPR yang disalurkan sampai dengan bulan Oktober 2011 sebesar Rp 40,26 triliun. Angka ini meningkat 20,96% dibanding periode yang sama tahun lalu sebesar Rp 33 triliun. Sebagian besar kredit tersebut merupakan kredit produktif Unit Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Namun demikian jumlah kredit BPR tersebut masih tergolong kecil, yaitu kurang dari 5% dari porsi kredit industri perbankan nasional. Dari sisi jumlah rekening debitur kredit, porsinya 23% dari total rekening debitur nasional. Sementara itu nilai aset BPR tumbuh secara signifikan hingga 20,56 pada tahun tersebut. Dengan data tersebut maka potensi BPR untuk meningkatkan peran UMKM sangat terbuka. Bank Indonesia selayaknya mendorong peningkatan peran BPR melalui berbagai regulasi yang akan menciptakan iklim kondusif sehingga BPR memiliki kontribusi besar untuk ikut andil dalam meningkatkan ekonomi sektor UMKM. Berkembangnya BPR diharapkan akan membawa angin segar untuk kemajuan sektor UMKM yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku ekonomi tingkat menengah kebawah.

Kata Kunci:, BPR,UMKM, permodalan

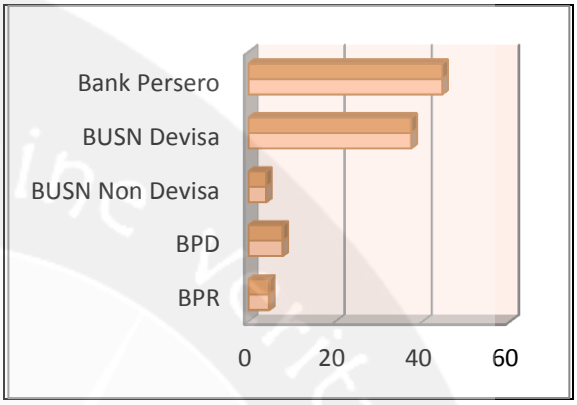
PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu usaha salah satunya dipengaruhi oleh masalah permodalan. Oleh karena itu peran pemerintah dan swasta dalam memenuhi kebutuhan modal sangat diperlukan. Peran tersebut pada

umumnya diberikan dalam bentuk pemberian kredit yang dilakukan oleh lembaga keuangan, baik bank umum, bank pemerintah maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Peranan BPR sendiri sebagai pemberi kredit menunjukkan kinerja yang semakin meningkat.

Sesuai Undang-undang Republik Indonesia No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 10 tahun 1998, BPR adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Usaha BPR meliputi, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu; memberikan kredit; menyediakan pembinaan dan penempatan dana berdasarkan Prinsip Syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia; menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia, deposito berjangka, sertifikat deposito dan tabungan pada bank lain.

Keberadaan BPR bagi masyarakat di daerah perdesaan diharapkan mampu menjadi ujung tombak dalam pembiayaan sektor UMKM. Namun demikian, penyaluran kredit bank umum terhadap UMK masih rendah hal ini disebabkan oleh beberapa hal diantaranya (1) masih terbatasnya informasi berkaitan UMKM (2) tingginya resiko UMKM dan (3) masih tingginya bunga kredit yang disebabkan karena perbankan belum efisien, target profit yang harus dicapai dan adanya mekanisme *price leader* dan *price follower* dalam penurunan suku bunga (Kompas, 2003; Baas dan Schrooten, 2005. Herry,2007)).



Gambar 1. Jumlah Bank Domestik, 2011

Dari Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa menurut kelompok bank kredit UMKM sebagian besar disalurkan oleh kelompok Bank Persero sebanyak Rp 218.9 milyar (44.5 persen), diikuti kelompok Bank Swasta Nasional Divisa Rp 176,3 milyar (37,4 persen). Bank Pembangunan Daerah (BPD) Rp 37,6 milyar (7,9 persen), Bank Perkreditan Rakyat (BPR) 22.9 milyar (4,8 persen) dan Bank Swasta Non Devisa sebesar Rp 18,1 milyar (4,1 persen). Menurut sektor ekonomi penyaluran kredit kepada usaha mikro kecil dan menengah masih didominasi oleh sektor perdagangan dan sektor industri masing-masing sebesar 44,3 persen dan 10,5 persen.

Berdasarkan data pada Tabel 1 diketahui bahwa selama 6 bulan dalam tahun 2012 jumlah BPR hanya bertambah 2 BPR, sementara itu sumber dana mengalami peningkatan sebesar Rp 4.227.784.187.000 (8,96

persen) penanaman dana (kredit yang diberikan) Rp 4.027.887.153 (8,3 persen), jumlah nasabah 111.081 orang (0,89 persen).

Bila dilihat dari tidak adanya perubahan dalam pendirian BPR hal ini dapat disebabkan karena untuk saat ini Bank-bank besar memiliki *trend* untuk mendirikan unit mikro, untuk menjangkau nasabah-nasabah mereka yang selama ini tidak bisa dibantu melalui kredit konvensional bank tersebut. Seperti halnya Bank Danamon yang membuka Danamon Simpan Pinjam (DSP). Bukopin dengan Swamitra, BRI dengan Teras BRI dan lain-lain (Rifka, 2012).

Dalam hal penyaluran kredit tersebut peningkatan yang rendah (8,3 persen) diakibatkan oleh *pertama* tidak adanya supervisi atas kredit yang disalurkan dan yang *kedua* adalah tingginya tingkat bunga kredit BPR dibanding dengan lembaga keuangan seperti bank umum di mana bank ini merupakan Bank BPR dalam menyalurkan kredit pembiayaan pada UMKM (Holloh, 2001 dalam Herri, 2007).

Persaingan antara BPR dengan sesama BPR ataupun dengan lembaga sejenis lainnya seperti dengan bank umum dan lembaga keuangan mikro lainnya akan mempengaruhi kemampuan BPR untuk tetap hidup dan berkembang.

Tabel 1. Kegiatan Usaha BPR Konvensional Skala Nasional Periode : April–September 2012

Indikator	Tahun 2012					
	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Jumlah BPR	1,667	1,668	1,666	1,669	1,669	1,669
Sumber Dana (Rp. Ribu)	47.171.939.188	47.987.030.842	48.726.064.019	49.302.910.176	50.147.580.059	51.399.623.375
Penanaman Dana (Ribu)	55.655.437.190	56.668.334.930	57.636.380.021	58.336.810.914	59.205.877.113	60.771.788.250
Kredit yang Diberikan	44.472.354.714	45.448.157.755	46.636.689.904	47.604.957.691	47.947.334.076	48.500.241.867
Antar Bank Aktiva	11.183.046.681	11.220.177.175	10.999.690.117	10.731.853.223	11.258.210.416	12.271.546.383
Jumlah Nasabah	12.393.125	12.419.801	12.472.881	12.435.222	12.950.773	12.504.205
Total Asset (Ribu)	57.965.743.053	58.980.286.089	60.033.549.359	60.867.874.335	61.782.517.582	63.384.589.908

Sumber : Bank Indonesia, 2012

KENDALA BERKEMBANGNYA BPR

Secara umum terlihat adanya peran BPR di dalam pembiayaan UMKM, akan tetapi beberapa kendala masih

dijumpai dalam kegiatannya. Kendala tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok berdasarkan sumbernya yaitu dari internal dan eksternal BPR. Secara internal kendala yang dihadapi oleh BPR, *pertama* adalah tingkat bunga kredit yang dianggap terlalu tinggi. Tingginya tingkat bunga ini disebabkan oleh kombinasi *cost of fund, risk premium* dan biaya operasional BPR yang tinggi. Tingginya *cost of fund* karena sumber dana BPR berasal dari dana berbunga tinggi seperti dari bank umum, dan dari deposito/tabungan masyarakat yang diperoleh dengan memberikan tingkat bunga yang lebih besar dibandingkan bank umum.

Kedua informasi keberadaan BPR yang belum optimal dan belum banyak diketahui oleh UMKM di sekitar wilayah operasi BPR. AKibatnya, nasabah potensial tidak bisa dilayani dengan baik. Hal ini mungkin saja berkaitan dengan metode promosi yang dilakukan oleh BPR belum sesuai dengan karakteristik nasabah potensial.

Secara eksternal peran BPR dalam pembiayaan BPR menghadapi beberapa kendala berikut ini :

Pertama, kondisi perekonomian yang dianggap dapat mengurangi kemampuan BPR dalam meningkatkan penyaluran kredit kepada UMKM.

Kedua, munculnya pandangan bahwa BPR menghadapi persaingan dari berbagai dimensi diantaranya produk yang ditawarkan, tingkat bunga, mutu pelayanan. Persaingan ini tidak hanya dari BPR yang lain tetapi juga dari lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Walaupun persaingan diperlukan untuk meningkatkan efisiensi, akan tetapi jika sudah sampai pada tingkat yang terlalu tinggi akan mengakibatkan menurunnya profit yang pada akhirnya akan mempengaruhi eksistensi usaha (Schafer *et al*, 2005 dalam Herry, 2007).

Dalam hal produk, Undang-undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan pasal tiga belas membatasi usaha yang dilakukan oleh BPR hanya pada empat jenis, yaitu : menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu; memberikan kredit; menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan Prinsip Syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia; dan menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan/atau tabungan pada bank lain. Sedangkan jasa seperti giro, transfer dan *fee based income* lainnya tidak diperbolehkan. Hal ini tentu menimbulkan hambatan kepada BPR untuk mengembangkan pelayanan. Sementara itu BPR harus bersaing dengan beberapa bank umum yang juga melayani kredit mikro seperti BRI Unit Desa dan Danamon Simpan Pinjam dengan variasi produk yang lebih beragam. Hal ini tentunya akan semakin memperberat persaingan yang dihadapi oleh BPR.

Disamping kendala internal dan eksternal terdapat aturan dari Bank Indonesia dalam bentuk regulasi dan BI di mana BI masih memberlakukan regulasi yang ketat terhadap pihak-

pihak yang ingin mengembangkan BPR. Selama ini BPR sering mendapat kesulitan dalam pendirian kantor-kantor cabang. Meski dalam API (Arsitektur Perbankan Indonesia) disebutkan bahwa BPR akan mendapat kemudahan izin ketika hendak membuka cabang, dalam kenyataannya masih jauh dari ideal karena terkendala regulasi yang ketat.

Regulasi ketat itu, misalnya, syarat modal minimal harus Rp 2 miliar untuk BPR yang didirikan di DKI Jakarta dan sekitarnya, Rp 1 milyar untuk BPR yang didirikan di Ibukota provinsi di luar DKI Jakarta, Rp 500 juta untuk BPR yang didirikan di luar DKI Jakarta dan Ibukota Provinsi lainnya; dan keharusan memiliki pengalaman mengelola bisnis yang sama minimal dua tahun bagi calon direksi BPR, di mana syarat itu harus dipenuhi oleh 50% anggota Direksi.

Regulasi yang ketat ini sangat mengganggu pertumbuhan BPR. Padahal, menurut Perhimpunan BPR se – Indonesia (Perbarindo), minat untuk mendirikan BPR di sejumlah daerah terutama di Jawa dan Bali sangat tinggi (Irawan, 2011).

PENINGKATAN KINERJA BPR

Untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan BPR Bank Indonesia telah meminta kelompok Bank Pembangunan Daerah (BPD) menargetkan porsi kredit yang lebih besar pada sektor-sektor produktif serta meningkatkan fungsi intermediasi khususnya para pelaku UMKM dengan mengajak BPR bekerjasama, baik melalui *Linkage program* maupun menjadi APEX bank (bank Induk bagi BPR). Linkage program antara BPD dengan BPR juga merupakan upaya meningkatkan peran BPR pada seKtor UMKM dan masyarakat di wilayah operasionalnya, terutama masyarakat kelas bawah.

Selama ini disadari bahwa tingkat bunga yang diberikan BPR kepada kredit relative tinggi dan dinilai memberatkan. Oleh karena itu apabila BPD sebagai mitra BPR dapat menekan suku bunga yang pada gilirannya akan menguntungkan debitur-debitur BPR (Business News, 2011).

Sampai saat ini baru empat bank pembangunan daerah (BPD) yang menjadi APEX BPR yaitu Bank Jatim, Bank Riau, dan Kepulauan Riau, Bank Nagari dan Bank Kalsel. Dengan adanya APEX ini diharapkan komitmen Bank umum untuk mengayomi BPR dan kemudian secara bersama-sama mengarahkan tujuan akhir pada peningkatna jumlah UMKM yang terlayani dengan suku bunga yang relatif mudah terjangkau.

PERANAN BPR TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM

BPR merupakan lembaga keuangan mikro yang memiliki peran strategis dalam memberikan pelayanan jasa keuangan kepada UMKM, karena posisi strategis yang dekat dengan masyarakat, prosedur pelayanan kepada masyarakat yang lebih sederhana serta lebih mengutamakan pendekatan personal. Hal ini dapat dijadikan sebagai salah satu pendorong meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia. Tujuan pemberdayaan UMKM berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah :

a) mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
b) menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dna mandiri; dan
c) meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Peran BPR terhadap UMKM dapat dilihat dari peningkatan jumlah kredit dan jumlah nasabah BPR. Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa dalam satu semester (2012) jumlah kredit yang disalurkan naik sebesar Rp 4.027.887.153.000 atau 8,3% dan jumlah nasabah naik sebesar 111.081 nasabah atau naik sebesar 0,89%. Peran BPR terhadap UMKM juga berpengaruh terhadap bertambahnya kesempatan kerja yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

TRANSFORMASI INDUSTRIAL BERBASIS UMKM

Pada masa ekonomi Orde Baru (1965-1998), mantan Presiden Soeharto dengan tim ekonominya mengandalkan tiga sumber pertumbuhan ekonomi : (1) mobilisasi modal fisik asing dan dalam negeri, (2) memanfaatkan upah tenaga kerja (SDM) dengan upah yang lebih murah, dan (3) eksploitasi produk primer seperti hasil hutan, tambang dan pertanian. Setelah krisis ekonomi Asia tahun 1997, pelajaran berharga yang dapat diambil terlihat dari struktur tiga sumber pertumbuhan ekonomi yang berubah. Sumberdaya alam sudah berkuras, upah riel meningkat dan modal asing berkurang secara dramatis. Apa yang belum diuji adalah faktor teknologi, investasi SDM dan efisiensi.

Sumber pertumbuhan ekonomi yang relatif mudah dicapai (*easy part*) sudah berlalu dan dalam pemulihan ekonomi, Indonesia dihadapkan pada masalah yang lebih sulit *(hard part)* dalam pencarian sumber pertumbuhan ekonomi yang dinamis dan potensial dalam menciptakan lapangan kerja. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilihan yang strategis dan cocok untuk mengejar pertumbuhan ekonomi. Kerangka dasar menyoroti kebijakan UMKM tidak dapat dilihat secara terisolasi, karena perannya yang besar dan bertautan dengan berbagai masalah sosial dan politik. Misalnya UMKM membutuhkan stabilitas pasar domestik dan peningkatan pendapatan.

Program pemulihan ekonomi yang perlu dilakukan pemerintah dalam upaya menciptakan lapangan kerja adalah menyusun program berskala nasional berupa transformasi sektor informal bagi jutaan usaha kecil dan mikro menjadi pelaku ekonomi formal. Melalui proses normalisasi usaha ini diharapkan kinerja sektor swasta (di daerah pada umumnya didominasi UMKM) dapat meningkatkan kinerja outputnya dalam penciptaan lapangan kerja.

Tiap Daerah, Kota, Kabupaten dan Propinsi, diharapkan memiliki program penguatan sektor swasta sebab penguatan itu merupakan kunci penciptaan lapangan kerja yang lebih besar. Melangkah dalam

penguatan UMKM di dalam sektor swasta, paling tidak ada tiga peranan utama pemerintah nasional dan local : (1) secara aktif mencari pertumbuhan ekonomi, (2) menciptakan iklim usaha yang kondusif dan (3) membuka akses terhadap sumber dinamika pertumbuhan internal UMKM itu sendiri, seperti : pembiayaan dan kredit, akses pasar, teknologi dan perbaikan manajemen.

Berikut kebijakan yang diusulkan untuk meningkatkan peranan UMKM dalam kerangka penciptaan lapangan kerja (Tambunan, 2004).

1) Meningkatkan peranan UMKM dalam ekonomi hanya dapat dicapai *via* pembangunan infrastruktur seperti jalan, jembatan, listrik dan alat komunikasi. Pembangunan infrastruktur ini, terutama dilakukan pada pusat-pusat kegiatan penopang seperti membangun pusat-pusat teknologi terapan secara langsung, promosi produk UMKM di daerah-daerah (antara lain melalui : perusahaan dan lembaga terapan), dan secara berendana menyiapkan diri untuk alokasi spasial Kabupaten/Kota/Propinsi. Dengan demikian, dalam perencanaan kota kepentingan tata ruang untuk pengembangan UMKM sangat perlu dan strategis dilakukan.

2) Strategi pengembangan UMKM mempunyai 3 inti : (1) membangun industrial *linkage programs* seperti sub-kontrak industrial, keterkaitan dengan sektor dan kegiatan ekonomi lainnya, (2) proses pendampingan dapat dilakukan perusahaan, lembaga-lembaga yang kompeten dalam peningkatan kemampuan usaha termasuk permodalan, dan (3) mengembangkan sektor industri yang berbasis keuntungan tetapi mengabsorpsi tenaga kerja baru.

3) Di dalam menentukan arah kebijakan, pemerintah mengintegrasikan peranan UMKM ke dalam strategi industri yang lebih luas. Ada tiga pilihan strategi (ini tergantung kondisi ekonomi dan budaya lokal) yaitu mendahulukan akumulasi modal *(capital accumulation),* akumulasi pengembangan sumberdaya manusia *(human resource development accumulation* serta akumulasi teknologi *(technological accumulation).* Sudah saatnya penekanan program pengembangan teknologi dan akses pasar dalam transformasi sektor informal ke formal merupakan kunci menyusun kekuatan dalam memasuki pasar global.

4) Perangkat lembaga keuangan yang ada sekarang, perlu didorong ke arah beragam sistem keuangan dan pembiayaan agar dapat melakukan dua fungsi : penyaluran modal kerja dan investasi sampai tingkat bawah. Dengan demikian, perkreditan dari lembaga-lembaga pembiayaan yang ada agar tetap dipertahankan. Pencabangan bank (seperti dipelopori Bank Rakyat Indonesia), diikuti pengembangan pembiayaan alternatif (seperti Bank Perkreditan Rakyat, koperasi simpan pinjam dan pembiayaan alternatif lainnya) perlu dikembangkan.

PENUTUP

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) mempunyai sumbangan yang cukup berarti bagi penyediaan modal UMKM. Dalam perjalanannya BPR kalah bersaing dengan Bank-Bank

Umum yang juga menjalankan kredit usaha mikro yang pada akhirnya mematikan pangsa pasar BPR sehingga perlu diambil kebijakan dari BI mengenai batas nominal pemberian kredit bagi bank-bank umum. Di sisi lain BPR juga berperan terhadap UMKM selain mampu menyerap tenaga kerja dengan meningkatnya UMKM diharapkan tingkat pertumbuhan ekonomi juga meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia, (2012). *Laporan Perkembangan Kredit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM),* Departemen Kredit, BPR dan UMKM Bank Indonesia.

Bussiness News, (2011), Mendorong Fungsi Intermediasi Bank Pembangunan Daerah.

Herry R, (2007), Studi Peningkatan Peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dalam Pembiayaan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sumatera Barat.

Irawan (2011), Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Potensi yang Terabaikan di unduh dari Unisdem tanggal 18 November 2012.

Dejavu. (2012). BPRS Mulai Terancam. Didownload dari http:www.rifka dejavu com, tanggal 2 November 2012.

Tambunan T, (2004), Strategi dan Kebijakan Memacu Pertumbuhan Ekonomi, Mendorong penciptaan Lapangan Kerja. Dengan Meningkatkan Peran Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), *Makalah*. ISEI, Jakarta.

IDENTIFIKASI PRODUK-PRODUK UNGGULAN KECAMATAN SUMPIUH UNTUK MENDUKUNG VISI SUMPIUH MENJADI KOTA SINGGAH

Haryadi [1] Sri Lestari [1], Refius Pradipta Setyanto [1]
Sigit Mugiyono [2]
E-mail: cicimanajemen@gmail.com
[1] Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman
[2]Dosen Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

Based on the previous research, it is known that sub-district Sumpiuh is a growing sub-districts in Banyumas Regency. Therefore efforts are needed to spur economic growth becomes more developed through the management of superior products locally. The specific objective of this study are to identify basic sectors, the dominant economic activity and a superior potential, and the analysis of changes in the economic structure of the region relative to the economic structure of the higher administrative region (Banyumas) as the benchmark or reference by using secondary data analysis. This study is exploratory research with qualitative and quantitative approaches. The qualitative data are obtained through focus group discussions, in-depth interviews. Quantitative data are obtained through the study of literature from Banyumas in Figures 2010 and other data from the Central Bureau of Statistics. The analysis shows the importance of economic development of the region divided into three clusters, ie clusters north of organic crops, herbs, fruits, cash crops (rubber), and tourism. Urban clusters with superior products of culinary enthog, mushrooms, rest area, and unique

attractions. Southern cluster enthog farm to supply culinary needs. Based on secondary data analysis, it can be said that Sub-District Sumpiuh is experiencing an ongoing shift the economic structure from the traditional sector (agriculture) moving towards a modern economy, such as trade, hotels and restaurants, and services. This is consistent with developments in both the district and national scale. The region Sumpiuh quite responsive to developments.

Keywords: *Sumpiuh, excellent products, potential sectors, economic development, cluster*

ABSTRAK

Berdasarkan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa kecamatan Sumpiuh adalah kecamatan yang berkembang di Kabupaten Banyumas. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk memacu pertumbuhan ekonomi menjadi lebih berkembang melalui pengelolaan produk unggulan lokal. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sektor-sektor dasar, aktivitas ekonomi yang dominan dan potensi unggul, dan analisis perubahan struktur ekonomi daerah relatif terhadap struktur ekonomi wilayah administrasi yang lebih tinggi (Banyumas) sebagai patokan atau referensi dengan menggunakan analisis data sekunder.

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui diskusi kelompok terfokus, wawancara mendalam. Data kuantitatif diperoleh melalui studi literatur dari Banyumas pada 2010 dan data lainnya dari Biro Pusat Statistik.

Analisis menunjukkan pentingnya pembangunan ekonomi wilayah dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu kelompok utara dari tanaman organik, herbal, buah-buahan, tanaman (karet), dan pariwisata. Kelompok perkotaan dengan produk unggulan dari kuliner enthog, jamur, tempat istirahat, dan atraksi yang unik. Kelompok selatan peternakan enthog untuk memasok kebutuhan kuliner. Berdasarkan analisis data sekunder, dapat dikatakan bahwa Kecamatan Sumpiuh mengalami pergeseran berkelanjutan struktur ekonomi dari sektor tradisional (pertanian) bergerak menuju perekonomian modern, seperti perdagangan, hotel dan restoran, dan jasa. Hal ini konsisten dengan perkembangan di kedua kabupaten dan skala nasional. Wilayah Sumpiuh cukup responsif terhadap perkembangan.

Kata kunci: Sumpiuh, produk unggulan, sektor potensial, pembangunan ekonomi, cluster

PENDAHULUAN

Pengalaman pembangunan sebelum otonomi daerah menunjukkan bahwa kebijakan yang bersifat *top-down* dan seragam kurang efektif karena mengabaikan kekhasan daerah serta adanya keterbatasan sumber daya pemerintah pusat dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pembangunannya. Kebijakan yang bersifat *top-down* ini sesungguhnya

merupakan suatu tradisi pembangunan wilayah yang berbasis pada model ekononomi neoklasik. Pengembangan dari atas berasumsi bahwa pengembangan wilayah terjadi ketika distimulasi oleh kekuatan luar seperti pasar ekspor, investasi dari luar, dan migrasi (Arifin dan Rachbini, 2001). Engstrand & Ahlander (2008) menyatakan bahwa terjadinya polarisasi wilayah maju dan wilayah yang kurang berkembang menunjukkan perbedaan yang mencolok. Keadaan ini berimplikasi pada perkembangan pembangunan wilayah.

Berdasarkan hasil analisis Tipologi Klasen Tahun 2005-2009 diketahui bahwa Kabupaten Banyumas termasuk kabupaten yang relatif tertinggal atau miskin jika dilihat dari Jawa Tengah. Hasil analisis tersebut juga menunjukan bahwa Kecamatan Sumpiuh termasuk kecamatan yang sedang tumbuh di Kabupaten Banyumas (Suroso et al, 2011). Oleh karena itu Kecamatan Sumpiuh harus didorong agar dapat menjadi kecamatan yang maju.

Berbagai potensi dapat dikembangkan untuk mendongkrak derajat kecamatan Sumpiuh menjadi Kecamatan yang maju, beberapa faktor pendukungnya adalah: 1) Kecamatan Sumpiuh terletak di wilayah geografis yang sangat strategis karena berada di sekitar jalur transportasi nasional, baik jalan raya (jalur Purwokerto-Jogjakarta) maupun kereta api (Jakarta-Surabaya dan Bandung-Surabaya). Brata (2009) menemukan bahwa kinerja ekonomi lokal sangat ditentukan oleh letak geografis wilayah tersebut, disamping kebijakan pemerintah daerah, SDM, dan akses keuangan 2) Disetujuinya pembangunan jalan lingkar sepanjang 4,9 km dengan dana 120 milyar dari pemerintah pusat dan daerah. 3) Kecamatan Sumpiuh merupakan penghasil Entog (Itik Manila) dan itik terbanyak nomor 3 di Kabupaten Banyumas, dengan jumlah produksi pada tahun 2009 sebanyak 15.550 ekor Entog (Itik Manila), 11.555 ekor Itik dengan jumlah peternak sebanyak 160 orang yang tersebar di 14 desa di bawah binaan UPK PNPM. Banyaknya Entog (Itik Manila) dan Itik memunculkan empat peluang bisnis Entog dan Itik yaitu bisnis telor Entog dan Itik, anak Entog dan Itik, daging Entog dan Itik, dan bulu Entogdan Itik; 4) Munculnya kepedulian masyarakat Sumpiuh untuk mengembangkan perekonomiannya, hal ini terbukti dari banyaknya kegiatan yang diinisiasi masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi dan mengidentifikasi produk-produk unggulan setiap desa, dan Mengidentifikasi sektor basis dan non basis, kegiatan ekonomi yang dominan (unggul) dan potensial dan yang tidak, serta analisis perubahan struktur ekonomi daerah (Kecamtan Sumpiuh) relatif terhadap struktur ekonomi wilayah administratif yang lebih tinggi (Kabupaten Banyumas) sebagai pembanding atau referensi dengan menggunakan analisis data sekunder.

METODE ANALISIS

Populasi dan Penentuan Partisipan

Populasi dalam penelitian ini adalah para aparatur Pemkab Banyumas

yang terkait yaitu, Bappeda Kabupaten Banyumas, Dinas-dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi, Peternakan dan Perikanan, Pertanian, Pariwisata, Camat Kecamatan Sumpiuh beserta jajarannya, Ketua UPK PNPM beserta jajarannya, 14 Kepala Desa, tokoh masyarakat/ Lembaga Musyawarah Desa, para peternak entog, seluruh komponen masyarakat serta pihak-pihak yang berkepentingan terhadap pembangunan ekonomi dan bisnis yang akan dikembangkan di Kecamatan Sumpiuh. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dominan, maka partisipan ditentukan melalui *judgment* bahwa individu tersebut memiliki kemampuan memberikan informasi yang dibutuhkan. Penentuan informan pada awalnya dipilih secara purposive, camat dan para kepala desa. Selanjutnya, berkembang mengikuti prinsip *snowball sampling*.

Teknik Analisi Data

Untuk mengetahui sektor-sektor ekonomi yang menjadi sektor basis dan bukan basis di Kec. Sumpiuh pada periode 2006 – 2011, digunakan analisis Kuosien Lokasi/LQ dengan formula:

$$LQ = \frac{Yij}{Yi}$$

Analisis MRP digunakan untuk deskripsi kegiatan ekonomi yang dominan (unggul) dan potensial. Pada model MRP ada dua macam rasio, yaitu Rasio Pertumbuhan Wilayah Referensi (RPr), dan Rasio Pertumbuhan Wilayah Studi (RPs).

RPr membandingkan laju pertumbuhan sektor i di wilayah referensi (Kabupaten Banyumas) dengan laju pertumbuhan total sektor wilayah referensi, dengan rumus (Yusuf, 1999):

$$RPr = \frac{\Delta Eir / Eir(t)}{\Delta r / r(t)}$$

Keterangan :

i = Sektor ekonomi; j = wilayah studi (kecamatan);

t = awal tahun penelitian

ΔEr = Perubahan Pendapatan PDRB sektor i di wilayah referensi pada awal dan akhir tahun penelitian

Eir(t) = Pendapatan PDRB sektor i wilayah referensi pada awal tahun penelitian

ΔEr = Perubahan pendapatan / PDRB di wilayah referensi pada awal dan akhir tahun penelitian

Δr(t) = Pendapatan / PDRB diwilayah referensi pada awal tahun penelitian

Jika nilai RPr > 1, maka Rpr dikatakan positif (+), berarti bahwa laju pertumbuhan sektor i di wilayah referensi lebih tinggi dari laju pertumbuhan seluruh sektor di wilayah referensi Demikian juga sebaliknya

RPs membandingkan laju pertumbuhan sektor i di wilayah studi (kecamatan) dengan laju pertumbuhan sektor sejenis di wilayah referensi (Kabupaten Banyumas), dengan rumus (Yusuf, 1999) :

$$RPs = \frac{(t)}{(t)}$$

Dimana :

ΔEij = Perubahan Pendapatan / PDRB sektor i di wilayah studi pada awal dan akhir tahun penelitian

Eij(t) = Pendapatan / PDRB sektor i di wilayah studi pada awal tahun penelitian.
ΔEir = Perubahan PDRB sektor i di wilayah referensi
Eir(t) = PDRB sektor i di wilayah referensi
Jika nilai RPs > 1, maka Rps dikatakan positif (+), berarti bahwa laju pertumbuhan sektor tertentu (i) tingkat kecamatan lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan sektor (i) tersebut pada tingkat Kabupaten Banyumas demikian sebaliknya bila RPs < 1 atau RPs (-).

HASIL ANALISIS

Identifikasi Produk Unggulan

Penggalian data kualitatif dilakukan melalui *focus group discussion*, *in-depth interview*, dan observasi. Peneliti membagi wilayah pembangunan kecamatan Sumpiuh menjadi 3 (tiga) klaster dengan masing-masing produk unggulan yang bisa dikembangkan sebagai berikut:

a. Pada Klaster Gunung (Wilayah Utara)

1) Tanaman perkebunan karet, kalba, dan akasia di Desa Bogangin dan Ketanda untuk mensuplai kebutuhan kampung mebel di Desa Lebeng dan Selanegara

2) Tanaman singkong, umbi-umbian dan singkong untuk mensuplai produksi produk olahan di Kecamatan Sumpiuh

3) Tanaman buah-buahan di ketiga desa di Klaster Gunung.

4) Potensi desa wisata di Banjarpanepen dan Ketanda.

b. Klaster Tengah (Perkotaan)

1) Desa Lebeng dan Selanegara menjadi kampung *furniture*

2) Mendorong Batik Tata / *Go Green* sebagai produk khas Sumpiuh

3) Pengembangan kampung batik di Desa Kebokura.

4) Pengembangan usaha jamur dan kuliner jamur di Kelurahan Kradenan.

5) Pengembangan kuliner serba enthog.

6) Pengembangan *rest area* di jalur *ringroad.*

7) Pengembangan wisata malam.

8) Pengembangan wisata berbasis keunikan.

9) Pengembangan taman mini sebagai miniatur desa dan sebagai tempat informasi produk unggulan lokal.

10) Pengembangan usaha perdagangan yang sesuai dengan tatakota untuk mendukung Sumpiuh sebagai kota singgah

c. Pada Klaster Dataran Rendah

1) Pengembangan kawasan peternakan enthog di Desa Selandaka dan Kuntili

2) Industri *shuttlecock*

3) Roti jahe

4) Kuliner serba enthog

5) Cangkang kerang sebagai produk kerajinan

6) Pemanfaatan potensi Kali Ijo dan Kali Gatel (Nusadadi) sebagai obyek wisata yang unik

Mengacu pada Blakely (1989), pengembangan diatas merupakan ciri utama pengembangan ekonomi lokal, dengan titik berat pada kebijakan "*endogenous development*" yang mendayagunakan potensi sumber daya manusia, institutional dan fisik setempat. Orientasi ini mengarahkan kepada fokus dalam proses pembangunan untuk menciptakan

lapangan kerja baru dan merangsang pertumbuhan kegiatan ekonomi.

Analisis Data Sekunder

a. Analisis LQ: Dari data dan hasil perhitungan diketahui bahwa kecamatan Sumpiuh memiliki beberapa sektor kegiatan ekonomi yang dapat dijadikan sebagai sektor ekonomi basis atau potensial, hal ini dapat dari angka rasio masing-masing sektor ekonomi yang menunjukkan nilai lebih dari satu (Tabel 1), yaitu sektor-sektor: Pertanian, Pertambangan dan Penggalian, Perdagangan, Hotel dan Restoran, Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan, serta sektor Jasa-jasa.

Nilai LQ yang lebih besar dari satu mengandung pengertian bahwa daerah tersebut dapat memenuhi kebutuhannya akan suatu barang hasil kegiatan ekonomi sendiri, bahkan mampu mengekspor kelebihannya ke daerah lain. Misalnya untuk sektor pertanian dengan nilai LQ sebesar 1.43 artinya sebesar (0,43/1,43) 30 % dari hasil produksinya dapat diekspor ke daerah lain, dan 70 % dapat dikonsumsi sendiri.

b. Analisis MRP: Atas dasar perhitungan RPr diketahui bahwa beberapa sektor mempunyai nilai yang lebih besar sari satu atau dikatakan positif (+) berarti bahwa laju pertumbuhan sektor –sektor tersebut di wilayah Kabupaten Banyumas lebih tinggi dari laju pertumbuhan seluruh sektor di wilayah tersebut. Sektor-sektor tersebut adalah: Listrik, Gas dan Air Bersih; Bangunan; Perdagangan, Hotel dan Restoran; Pengangkutan dan Komunikasi; Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan; Jasa-jasa.

Menurut analisis RPs, sebagian sektor mempunyai nilai lebih besar sari satu maka Rps dikatakan positif (+), berarti bahwa laju pertumbuhan sektor tertentu (i) tingkat kecamatan lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan sektor (i) tersebut pada tingkat Kabupaten Banyumas. Sektor-sektor tersebut adalah: Pertambangan dan Penggalian; Industri Pengolahan Perdagangan, Hotel dan Restoran; Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan; Jasa-jasa.

Jika dikaitkan dengan analisis LQ nampaknya terdapat perbedaan yang menyolok terutama sector pertanian dimana menurut analisis LQ sector pertanian merupakan sector basis, tetapi ketika dilihat dari analisis yang lain MRP dan Tipologi Klassen ternyata sector pertanian merupakan sector yang tertinggal. Hal ini terjadi karena dalam analisis LQ hanya melihat cakupan analisis dari kecamatan Sumpiuh saja tanpa membandingkan dengan wilayah referensi yaitu Kabupaten Banyumas. Sedangkan dalam analisis MRP dan Tipologi Klassen cakupan wilayah analisisnya adalah Kabupaten. Dengan demikian sector pertanian yang di wilayah kecamatan Sumpiuh merupakan sector basis, tetapi ternyata kalau dibandingkan dengan wilayah Kabupaten Banyumas sector tersebut mempunyai posisi yang berbeda.

Secara umum boleh dikatakan bahwa di Kecamatan Sumpiuh sedang terjadi pergeseran struktur ekonomi mulai dari sector tradisional (pertanian) menuju kearah perekonomian modern seperti,

perdagangan, perhotelan dan restoran serta jasa-jasa. Hal ini sesuai dengan perkembangan yang terjadi baik di skala kabupaten maupun nasional. Artinya daerah Sumpiuh cukup responsive terhadap perkembangan yang terjadi.

Dari analisis *shift share* ini diketahui bahwa selama kurun waktu tahun 2008 sampai tahun 2011 PDRB kecamatan Sumpiuh mengalami pertambahan nilai absolut atau mengalami kenaikan kinerja daerah sebesar Rp5,810,909,510,- hal ini dapat dilihat dari nilai Dij yang positif pada seluruh setor kegiatan ekonomi. Kenaikan kinerja ekonomi kecamatan Sumpiuh tersebut disumbang oleh dua sektor terbesar, yaitu sektor Jasa-jasa sebesar Rp1,297,926,240,- dan sektor Pertanian sebesar Rp1,037,868,690.-. Berikutnya adalah sektor sektor yang kompetitif dengan melihat nilai Cij yang positif, yakni sektor Pertanian; Pertambangan dan Penggalian; Industri Pengolahan; Perdagangan, Hotel dan Restoran; Jasa-jasa; Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan.

Ke enam sektor tersebut di atas menunjukkan tingkat persaingan (*competitiveness*) yang kuat . Nilai Cij yang negatif menunjukkan bahwa nilai persaingannya menurun. Sektor sektor tersebut adalah Pengangkutan dan Komunikasi; Listrik, Gas dan Air Bersih; Bangunan.

Sementara itu output yang dihasilkan dari bauran industri dalam perekonomian kecamatan Sumpiuh sebagai hasil interaksi antar kegiatan industri yakni adanya kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan satu sama lain. Sektor-sektor tersebut adalah Listrik, Gas dan Air Bersih; Bangunan; Perdagangan, Hotel dan Restoran; Pengangkutan dan Komunikasi; Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan; Jasa-jasa.

Pengaruh pertumbuhan ekonomi kabupaten Banyumas atau nasional terhadap pertumbuhan ekonomi kecamatan Sumpiuh positif dengan total nilai Rp 5,871,475,400,- Ini menunjukkan bahwa kecamatan Sumpiuh mampu memanfaatkan pertumbuhan ekonomi wilayah yang lebih tinggi sebagai pemicu pertumbuhan di daerah.

Tabel: 1 Hasil Perhitungan LQ

Lapangan Usaha	2008	2009	2010	2011	Rata-rata	Sektor
Pertanian	1.43	1.42	1.43	1.43	1.43	Basis
Pertambangan dan Penggalian	1.22	1.24	1.27	1.29	1.24	Basis
Industri Pengolahan	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	Non Basis
Listrik, Gas dan Air Bersih	0.74	0.74	0.74	0.74	0.75	Non Basis
Bangunan	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46	Basis
Perdagangan, Hotel dan Restoran	1.22	1.23	1.24	1.22	1.22	Basis
Pengangkutan dan	0.89	0.87	0.87	0.85	0.88	Non

Komunikasi						Basis
Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	1.15	1.15	1.16	1.16	1.15	Basis
Jasa-jasa	1.20	1.19	1.20	1.20	1.20	Basis

Sumber: Analisis data sekunder

Gambar: 1 Hasil Perhitungan Tipologi Klassen Kecamatan Sumpiuh Tahun 2008-2011

(RPr) y / r (RPs)	yi > y	yi < y
ri > r	• Perdagangan, Hotel dan Restoran • Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan • Jasa-jasa Prima	• Listrik, Gas dan Air Bersih • Bangunan • Pengangkutan dan Komunikasi Potensial
ri < r	• Pertambangan dan Penggalian • Industri Pen Berkembang	• Pertanian Terbelakang

Sumber: Analisis data sekunder

Tabel: 2 Hasil Perhitungan Shift Share Kecamatan Sumpiuh

Lapangan Usaha	Komponen (ribu Rupiah)			
	Nij	Mij	Cij	Dij
Pertanian	1,570,02	631,123,03	-98,969,79	1,037,868,69
Pertambangan dan Penggalian	92,543,75	-9,320,81	31,770,20	123,381,86
Industri Pengolahan	1,082,47	199,163,07	-36,575,82	919,886,91
Listrik, Gas dan Air Bersih	84,204,02	12,927,81	-5,961,61	91,170,22
Bangunan	205,387,47	18,570,26	-3,457,42	220,500,30
Perdagangan, Hotel dan Restoran	822,087,11	111,049,62	18,477,77	951,614,50
Pengangkutan dan Komunikasi	554,377,73	63,821,76	-143,253,57	474,945,92
Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	492,707,64	103,392,44	9,578,47	605,678,54
Jasa-jasa	967,688,83	304,806,84	25,430,57	1,297,926,24
Total	5,871,475,40	0	-60,565,89	5,810,909,51

Sumber: Analisis data sekunder

c. Analisis Shift-share memberikan informasi sektor-sektor potensial dengan melihat Cij yang positif, yaitu sektor: Pertanian; Pertambangan dan Penggalian; Industri Pengolahan; Hotel Perdagangan dan Restoran; Jasa-Jasa; Keuangan, Persewaan dan jasa Perusahaan. Keenam sektor tersebut di atas menunjukkan tingkat persaingan (*competitiveness*) yang kuat. Nilai Cij yang negatif menunjukkan bahwa nilai persaingannya menurun. Sektor sektor tersebut adalah: Pengangkutan dan Komunikasi; Listrik, Gas dan Air Bersih; Bangunan. Pengaruh pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyumas atau nasional terhadap pertumbuhan ekonomi kecamatan Sumpiuh positif dengan total nilai Rp5,871,475,400,- Ini menunjukkan bahwa kecamatan Sumpiuh mampu memanfaatkan pertumbuhan ekonomi wilayah yang lebih tinggi sebagai pemicu pertumbuhan di daerah

SIMPULAN

Rencana pembangunan jalan lingkar memberi peluang untuk lebih memajukan perekonomian Sumpiuh, karena dismaping lokasinya yang cukup strategik, di sepanjang jalur tersebut juga belum ada *rest area* yang representatif. *Rest area* tersebut diharapkan tidak hanya sebagai tempat singgah, tetapi juga mampu mendorong orang yang singgah untuk berbelanja.

Pengembangan produk lokal yang berkarakter menjadi penting untuk memperkuat *branding* Sumpiuh sebagai kota singgah. Pengembangan produk unggulan hendaknya berbasis pada tiga klaster sebagai titik pertumbuhan dengan menyesuaikan pada kekuatan dan karakteristik klaster tersebut. Tiga klaster tersebut adalah klaster utara dengan titik pertumbuhan desa Banjarpanepen, Bogangin, dan Ketanda; klaster perkotaan dengan titik pertumbuhan desa Lebeng, Kebokura, Sumpiuh, Kradenan, Selanegara dan klaster selatan dengan titik pertumbuhan Pandak, Kuntili, Kemiri, Karanggedang, Selandaka, Nusadadi.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Bustanul dan Didik J. Rachbini. 2001. Ekonomi Politik dan Kebijakan Publik. PT Gramedia Widiasarana, Jakarta.

Blakely, Edward J. 1989. *Planning Local Economic Development: Theory and Practice*, 1st edition, Sage Publications Inc., California.

Brata, A.G. 2009. Do Geographic Factors Determine Local Economic Development? *Management and Financial Markets*, Sept, Vol. 4, Issue 3, pp.170-189.

Engstrand, A.K. & A. M. S. Ahlander. 2008. Collaboration for Local Economic Development: Business Networks, Politics and Universities in Two Swedish Cities. *European Planning Studies*, Vol. 14, No.4, May.

Kuncoro, M. 2004. *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Suroso, A., R.P. Setyanto, A. Yunanto, (2011), *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Kabupaten Banyumas.* Laporan Riset Unggulan Lembaga Pengabdian dan Penelitian kepada Masyarakat, Universitas Jenderal Soedirman.

FINANCIAL AND ACCOUNTANCY

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS

"SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE – 2"

Purwokerto, 21 November 2012

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

DAN

HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

STUDY OF THREE FACTORS MODEL FAMA AND FRENCH IN INDONESIA STOCK EXCHANGE (Study on the Stock LQ 45)

Bambang Sudiyatno[1)]
Moch. Irsad[1)]
E-mail : bofysatriasmara@yahoo.com
[1)] Lecturer Economics Faculty in Semarang Stikubank University

ABSTRACT

This study examined empirically Three Factor Model Fama and French on stock returns LQ 45, using data over the period 2007-2009. Specifically, this study examines the behavior of stock prices in relation to company size and book-to-market ratio. The main objective of this study was to provide evidence that will contribute to the effort to explain the Three Factor Model Fama and French in emerging markets.

Our findings indicate a significant positive effect between the risk premium with stock returns, while the firm size and book-to-market ratio is negatively effect, but no significant on stock returns. Therefore, the two-factor Fama and French no proven effect on stock returns.

Keywords: *stock return, firm size, risk premium, and the book-to-market ratio.*

ABSTRAK

Penelitian ini menguji secara empiris Tiga Model Faktor Fama dan French terhadap pengembalian saham LQ 45, dengan menggunakan data selama periode 2007-2009. Secara khusus, penelitian ini mengkaji perilaku harga saham dalam kaitannya dengan ukuran perusahaan dan *book-to-market ratio*. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti yang akan berkontribusi pada upaya menjelaskan Tiga Faktor Model Fama dan French di pasar yang sedang berkembang.

Temuan kami menunjukkan pengaruh positif signifikan antara premi risiko dengan *return* saham, sedangkan ukuran perusahaan dan *book-to-market ratio* berpengaruh negatif, tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham. Oleh karena itu, dua faktor Fama dan French tidak terbukti berpengaruh pada return saham.

Kata kunci: Return saham, ukuran perusahaan, premi risiko, dan book-to-market ratio.

PENDAHULUAN

Investasi di pasar modal merupakan investasi yang memiliki risiko tinggi, sehingga investor sangat berhati-hati di dalam memilih saham atau surat berharga yang akan dibeli. Kehati-hatian ini sangat beralasan, karena setiap investor akan berpikir untuk memaksimalkan *return* yang diharapkan (*expected return*) dari setiap rupiah yang mereka investasikan dalam surat berharga. Agar *return* yang mereka dapatkan adalah *return* yang maksimal, maka penting bagi investor untuk memperhatikan dan mengestimasikan semua faktor penting yang dapat mempengaruhi *return* dari investasinya dimasa yang akan datang (Homsud, Nopbhanon, *et al*, 2009).

Di dalam mengestimasikan faktor-faktor penting yang mempengaruhi *return* tersebut dibutuhkan banyak informasi baik yang bersifat fundamental maupun teknikal, yang dapat mempengaruhi *return* saham. Penggunaan model menjadi sangat penting untuk menilai harga saham dan membantu investor dalam merencanakan dan memutuskan investasi mereka secara efektif.

Model-model penentuan harga aktiva sangat populer saat ini, dan telah banyak dikembangkan dan ditingkatkan secara terus menerus. Berawal dari Sharpe (1964), Lintner (1965, dan Mossin (1966) yang mempresentasikan *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). Model ini menjelaskan bagaimana hubungan antara rata-rata *return* saham dengan faktor risiko pasar (*market risk*). Menurut konsep dari *Capital Aseet Pricing Model* (CAPM), satu-satunya faktor yang mempengaruhi *return* saham adalah risiko pasar (*market risk*).

Beberapa peneliti tidak setuju dengan konsep dari *Capital Aseet Pricing Model* (CAPM), karena menurut mereka ada faktor lain atau lebih dari satu faktor yang dapat mempengaruhi *return* saham. Ross (1976) mengembangkan model lain dengan menggunakan beberapa faktor untuk menilai *return* saham. Model dari Ross tersebut disebut *Arbitrage Pricing Model* (APT), model ini lebih efisien dari CAPM, dan telah digunakan secara luas.

Fama dan French (1992), mengembangkan model penentuan harga saham dengan mengkombinasikan CAPM dan APT. Menurut Fama dan French (1992), bahwa *beta* saham sebagai indikator risiko pasar tidak mampu menjelaskan *return* saham, sedangkan *size* dan *book-to-market ratio* (BE/ME *ratio*) mampu. Selanjutnya Fama dan French (1993, 1996) menggunakan tiga faktor yang menjelaskan *return* portofolio saham, yaitu; *market (CAPM), size*, dan *book to market ratio (APT)*.

Fama dan French (1998) mengemukakan bahwa perusahaan dengan *high book-to-market equity* (*value stock*) memberikan return yang lebih tinggi dibandingkan dengan *low book-to-market equity* (*growth stock*) di 12 pasar modal, dan perusahaan dengan *small stock* memberikan *return* lebih tinggi daripada *large stock* di 11 pasar modal (Damar Hardianto S, 2007). Semua hasil studi mengkonfirmasi model Fama dan French mampu menjelaskan *average return of stock* di pasar modal lebih baik dari *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). Fama dan French (2004) juga mengatakan bahwa *Capital Asset*

Pricing Model (CAPM) sangat manjur (*powerful*) sebagai pengukur risiko dan hubungan antara keuntungan yang diharapkan dan risiko (*expected return and risk)*. Sayangnya, banyak hasil penelitian empiris dengan model ini tidak ditemukan demikian.

Penelitian ini dimotivasi oleh penelitian sebelumnya tentang model CAPM yang menghasilkan temuan berbeda-beda, antara lain dilakukan oleh Black, Jensen dan Scholes (1972), dan Fama dan MacBeth (1973) yang menemukan bahwa *beta* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *excess return* (Isna Yuningsih dan Rizky Yudaruddin (2007). Sementara temuan yang berbeda ditemukan dari hasil penelitian Fama dan French (1992, Hossein Asgharian dan Bjorn Hansson (1998), Hodoshima, Gomez, dan Kunimura (2000), Eduardo Sandoval A dan Rodigro Saenss N (2004), dan Grigoris Michailidis, Stavros Tsopoglou dan Demetrios Papanastasiou (2007), mereka menemukan tidak ada pengaruh signifikan antara *beta* pasar dengan *return* saham.

Menurut Fama dan Frenh (1992), beberapa peneliti mengungkapkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi return saham, yaitu *earning price ratio* (Basu, 1983) dan *leverage* (Bhandari, 1988). Hasil penelitian dari Fama dan French (1992) terbukti bahwa *book-to-market ratio* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap *return* saham rata-rata, bahkan lebih kuat dari pengaruh *firm size* (Isna Yuningsih dan Rizky Yudaruddin (2007). Hasil penelitian tersebut menemukan juga bahwa pengaruh *leverage* terhadap *return* saham rata-rata dapat ditangkap oleh pengaruh *book-to- market* value dan hubungan antara *price earning ratio* terhadap *return* saham rata-rata, dan sepertinya variable tersebut dapat digantikan oleh kombinasi dari *firm size* dan *book-to-market ratio*.

Firm size dan *book-to-market ratio* merupakan variable diluar CAPM, dan oleh Fama dan French (1996) diperkenalkan model baru untuk menyempurnakan keterbatasan dari model CAPM dengan memasukan kedua variable tersebut. Model baru yang diperkenalkan oleh Fama dan French pada tahun 1996 disebut dengan *three factors model* atau model tiga faktor. Pada tahun 2000, Davis, Fama dan French (2000) melakukan pengujian kembali terhadap model tiga faktor tersebut pada *United Stated Stock Portfolios* selama 816 bulan dengan rentang waktu tahun 1926-1997 dengan hasil *beta, firm size*, dan *book-to-market ratio* berhubungan signifikan terhadap *return* saham (Bodie Z, *et al* 2005).

Penelitian yang berkenaan dengan model penentuan harga (*pricing model)* telah banyak dilakukan sebelumnya. Black, Jensen and Scholes (1972), melakukan pengujian terhadap model CAPM secara *time series* dan *cross-sectional* pada 10 portofolio yang menghasilkan hubungan yang positif antara beta dengan *excess return*. Sedangkan Fama *and* MacBeth (1973), melakukan pengujian CAPM dan menemukan juga pengaruh *beta* yang positif dan signifikan terhadap *excess return*.

Sandoval, E dan Saens, R (2004) yang melakukan penelitian di Amerika Latin, yakni; Chili, Argentina, Brasil, dan Mexico periode Januari 1995 sampai dengan Desember 2002, menemukan tidak ada hubungan yang positif antara *beta* dengan *return* saham. Oleh karena itu, Sandoval, E

dan Saens, R menyarankan untuk menambahkan variable lain untuk memperjelas hubungan antara *risk and return*, karena *beta* dalam CAPM belum cukup untuk menjelaskan hubungan antara *risk and return*.

Fama *and* French (1992), Asgharian, H and Hansson, B (1998), Hodhosima, *et al* (2000), dan Michailidis, *et al* (2007) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara beta saham dengan return pasar, ssehingga mereka menyarankan untuk menambah variable lain untuk memperjelas hubungan antara *risk and return*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fama dan French (1992), menemukan bahwa *book-to-market ratio* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap return saham rata-rata, dan bahkan lebih kuat daripada pengaruh *firm Size*. Demikian juga, bahwa pengaruh *leverage* terhadap return saham rata-rata dapat ditangkap oleh pengaruh *book-to-market ratio* dan hubungan antara *earnings price ratio* (PER) terhadap *return* saham rata-rata, sepertinya dapat digantikan oleh kombinasi dari *firm size* dan *book-to-market ratio*. (Isna dan Rizky (2007).

Firm size dan *book-to-market ratio* merupakan variable diluar CAPM, dan Fama dan French (1996) menggunakan variable-variabel tersebut untuk menjawab keterbatasan CAPM. Sehingga dengan dimasukkannya variable *firm size* dan *book-to-market ratio* kedalam modelnya, maka model tersebut dikenal dengan *Three Factors Model Fama and French*, dan diperkenalkan melalui *Journal of Finance* 51:55-84 tahun 1996 dengan judul artikel "*Multifactor Explanations of Asset Pricing Anomalies*".

Tahun 2000 Davis, Fama dan French melakukan pengujian kembali terhadap *Three Factors Model* pada *United Stated Stock Portfolios* selama 816 bulan dengan rentang waktu 1926-1997, dan hasilnya bahwa *beta*, *firm size*, dan *book-to-market ratio* memiliki hubungan signifikan terhadap *return* saham (Bodie, *et al* (2005). Pengujian terhadap *Three Factors Model Fama and French* terus dilakukan pada tempat dan periode yang berbeda. Drew, *et al* (2003), melakukan pengujian terhadap *Three Factors Model Fama and French* pada *The Shanghai Stock Exchange*, China, dengan periode pengamatan tahun 1993 s/d 2001. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa *beta* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Sedangkan *firm size* dan *book-to-market ratio* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Tahun 2005, Naughton dan Veeraraghnavan melakukan penelitian *Three Factors Model Fama and French* di Indonesia, Taiwan, dan Singapore, dan menemukan hasil yang tidak berbeda dari hasil penelitian sebelumnya. *Beta* pasar di ketiga negara tersebut mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap *expected stock returns*. Sedangkan *firm size* dan *book-to-market ratio* memiliki pola yang sama, tetapi berbeda pada tingkat signifikansi. Di dalam penelitian tersebut Naughton dan Veeraraghnavan, menyarankan bahwa pengukuran *benchmark* hanya berdasarkan CAPM tidak cukup untuk mengevaluasi kinerja manajer ekuitas yang melakukan investasi pada pilihan asset yang luas dan perusahaan besar. Oleh karena itu, maka model multifaktor adalah model yang lebih tepat daripada *one factor* CAPM (Isna dan Rizky, 2007). Penelitian dari Charitou dan Constantinidis (2007)

yang dilakukan di Jepang pada periode tahun 1992 s/d 2001, menemukan bahwa *beta* pasar, *firm size*, dan *book-to-market ratio* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *return* saham. Penelitian *Fama and French Three Factor* Model di Indonesia sudah banyak dilakukan. Beberapa peneliti yang melakukan penelitian *three factor model* ini antara lain adalah Bambang Ongki Suryana, (2006), Isna Yuningsih dan Rizky Yudaruddin (2007), Dede Irawan Saputra dan Umi Murtini (2008), dan Damar Hardianto & Suherman (2009). Bambang Ongki Suryana, (2006), dalam penelitiannya menemukan bahwa *beta* pasar dan *firm size* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Sedangkan *book-to-market ratio* berpengaruh tidak signifikan terhadap *return* saham. Penelitian dari Isna dan Rizky (2007), menemukan bahwa *firm size* (*Small Minus Big* - SMB) berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham. Sedangkan *beta* dan *book-to-market ratio* (*High Minus Low* - HML) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Penelitian lainnya adalah dilakukan oleh Dede Irawan Saputra dan Umi Murtini (2008), menemukan bahwa CAPM lebih baik dari *Fama and Three Factor Model* dalam menjelaskan *return* portofolio. Selanjutnya penelitian dari Damar Hardianto dan Suherman (2009), hasilnya menunjukkan bahwa tiga variable pada model Fama and French berpengaruh signifikan terhadap *excess return*.

Berdasarkan hasil-hasil penelitan sebelumnya seperti di jelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah menguji kembali terhadap faktor yang mempengaruhi *return* saham dengan menggunakan tiga faktor model Fama dan French. Oleh karena itu, penelitian ini mereplikasi penelitian-penelitian sebelumnya dengan periode waktu yang berbeda.

METODE ANALISIS

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang merupakan gabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Bursa Efek Indonesia merupakan bursa efek yang menampung seluruh penjualan saham *go publi*c di Indoensia. Datanya sangat lengkap, akurat dan mudah di akses, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang lengkap sangat mudah dan cepat dengan biaya yang relative murah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang sahamnya masuk dalam kelompok saham LQ 45, yang terdaftar di BEI selama periode 2007 – 2009 yang berjumlah 45 perusahaan. Teknik pengambilan sampel mengunakan teknik *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria tertentu (Imam Ghozali, 2007).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk menghindari agar tidak timbul persepsi yang berbeda atau ada kesamaan pandangan, maka variable penelitian akan didefinisikan sesuai dengan definisi operasional dan pengukuran variabelnya.

a. *Market Return* (Rm_t)

Market return dapat didefinisikan sebagai selisih dari rata-rata *(average)* setiap bulan dari seluruh saham dengan *risk-free rate* bulanan. Namun di dalam penelitian ini *market return* menggunakan konsep *reality return*, yang dihitung berdasarkan data historis. Perhitungan market *return* digunakan data historis Indeks Harga Saham kelompok LQ 45 yang secara matematis perhitungan *return* pasar sebagai berikut:

Market Return (R_m) = ($P_t - P_{t-1}$)P_{t-1}

Dimana:
R_m = Return pasar.
P_t = Indeks harga saham LQ 45 pada bulan t.
P_{t-1} = Indeks harga saham LQ 45 pada bulan t-1.

b. Firm Size

Firm size merupakan perkalian dari jumlah saham yang beredar dengan harga saham pada setiap perusahaan yang dijadikan sampel. Untuk menentukan kelompok saham besar (B) dan kelompok saham kecil (S), maka *firm size* akan diranking berdasarkan urutan nilainya dari yang terkecil sampai terbesar. Kriteria kelompok saham besar (B) adalah yang nilai *firm size*-nya di atas median, sedangkan kelompok saham kecil (S) nilai *firm size*-nya di bawah median.

c. Book to Market Ratio

Book to market ratio atau *Book Equity to Market Equity* (BE/ME), merupakan hasil bagi antara nilai buku (*book value*) dengan nilai pasar (*market value*). Nilai buku menunjukkan aktiva bersih yang dimiliki oleh pemegang saham. Aktiva bersih sama dengan total ekuitas pemegang saham. Nilai pasar merupakan hasil perkalian antara jumlah saham yang beredar dengan closing price setiap perusahaan.
Berdasarkan faktor BE/ME, saham-saham dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yakni: 30% Low (L), 40% Medium (M), dan 30% High (H). Seperti halnya Fama dan French, penelitian ini tidak menggunakan BE/ME yang bernilai negative.
Setelah dibentuk kelompok berdasarkan factor size dan BE/ME, maka selanjutnya dapat dibentuk portofolio S/L, S/M, S/H, B/L, B/M, dan B/H.

d. Small Minus Big (SMB)

Firm size (ukuran perusahaan) dalam penelitian ini diproksi dengan SMB (*Small Minus Big*). SMB merupakan selisih dari rata-rata (*average)* tiap bulan dari *return* pada tiga portofolio saham kecil atau perusahaan *small* (S/L, S/M, S/H) dengan rata-rata (*average*) tiap bulan dari *return* pada tiga portofolio saham besar atau perusahaan *big* (B/L, B/M, B/H). Jadi, SMB merupakan efek BE/ME yang memfokuskan pada perilaku *return* yang berbeda dari saham-saham besar dan kecil.

SMB = 1/3(S/L + S/M + S/H) – 1/3(B/L + B/M + B/H)

Keterangan:
SMB = Perbedaan setiap bulan antara rata-rata dari *return* pada tiga portofolio saham kecil (S/L, S/M, S/H) dan rata-rata *return* pada tiga portofolio saham besar (B/L, B/M, B/H).
S/L = *Portfolio size* kecil dibagi BE/ME *low*.
S/M = *Portfolio size* kecil dibagi BE/ME medium.

S/H = *Portfolio size* kecil dibagi BE/ME *high.*
B/L = *Portfolio size* besar dibagi BE/ME *low.*
B/M = *Portfolio size* besar dibagi BE/ME *medium.*
B/H = *Portfolio size* besar dibagi BE/ME *high.*

e. High Minus Low (HML)

Book to market ratio dalam penelitian ini diproksi dengan HML (High Minus Low). High minus low (HML) merupakan perbedaan setiap bulan antara rata-rata dari *return* pada dua portofolio yang BE/ME-nya tinggi (SH dan BH) dan rata-rata dari *return* pada dua portofolio yang BE/ME-nya rendah (S/L dan B/L). Jadi, HML merupakan faktor size yang memfokuskan pada perilaku *return* yang berbeda dari saham-saham yang BE/ME-nya rendah dan tinggi.

HML = 1/2(S/H + B/H) – 1/2(S/L + B/L)

Keterangan:
HML = Perbedaan setiap bulan antara rata-rata dari return pada dua portofolio yang BE/ME-nya tinggi (S/H dan B/H) dan rata-rata dari return pada dua portofolio yang BE/ME-nya rendah (S/L dan B/L).
S/H = *Portfolio size* kecil dibagi BE/ME *high.*
B/H = *Portfolio size* besar dibagi BE/ME *high.*
S/L = *Portfolio size* kecil dibagi BE/ME *low*
B/L = *Portfolio size* besar dibagi BE/ME *low*.

f. *Risk Free* (R_f)

Risk free atau tingkat bunga bebas risiko adalah merupakan tingkat bunga yang tidak dipengaruhi oleh berbagai factor makro ekonomi. Tingkat bunga bebas risiko dalam penelitian ini mengacu pada tingkat bunga yang ditetapkan Bank Indonesia, yaitu tingkat suku bunga SBI bulanan.

g. Return Saham (R_i)

Return saham menurut Jogiyanto (2003:109) adalah hasil yang diperoleh dari investasi saham. *Return* dapat berupa *return* realisasi yang sudah terjadi atau *return* ekspektasi yang belum terjadi, tetapi *return* yang diharapkan akan terjadi di masa mendatang (Jogiyanto Hartono, 2003:110). *Return* saham realisasi menurut Jogiyanto (2003:109) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasi dihitung berdasarkan data historis dan penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Sedangkan return* ekspektasi adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang sifatnya belum terjadi.
Di dalam penelitian ini *return* saham dihitung dengan menggunakan konsep yang sama dengan perhitunga *return* pasar. Jadi, *return* saham secara matematis dapat diformulasikan dengan dengan sebuah rumus sebagai berikut:

Return saham (Ri) = $(P_t – P_{t-1})/P_{t-1}$

Keterangan:
Ri = Return saham I histories (bulanan)
P_t = Harga saham pada bulat t.
P_{t-1} = Harga saham pada bulan t-1.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan dengan menguji hubungan antara variabel dependen

dengan beberapa variabel independen. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena terdapat satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Model regresi berganda dapat diformulasikan sebagai berikut : (Gujarati, 2003).

$$R_i - R_f = a + \beta_i(R_m - R_f) + \gamma_i(SMB) + \delta_i(HML) + e$$

Keterangan :

R_i = *Return* saham i historis (bulanan).

R_f = Tingkat keuntungan bebas risiko (SBI bulanan).

a = Konstanta.

β_i = Beta pasar koefisien regresi.

R_m = Return pasar bulanan Indeks Harga Saham Makanan dan Minuman

SMB = *Small Minus Big*, yaitu selisih *return* portofolio saham kecil (*firm size* kecil) dengan *return* portofolio saham besar (*firm size* besar).

γ_i = Koefisien regresi saham i terhadap *return* SMB.

HML = *High Minus Low*, yaitu selisih return portofolio saham dengan book to market ratio tinggi dengan return portofolio saham dengan book to market ratio rendah.

δ_i = Koefisien regresi saham i terhadap *return* HML.

e = Error term.

HASIL ANALISIS

Pengujian Normalitas dan Asumsi Klaik

Pengujian normalitas dilakukan dengan menghitung nilai rasio *skewness*-nya, dimana dari hasil perhitungan (dalam lampiran), maka besarnya rasio *skewness* adalah sebesar 1,6105. Besarnya nilai rasio skewness 1.6105 tersebut lebih rendah dari 1,96, maka berarti model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas, sehingga memenuhi persyaratan uji normalitas.

Pengujian selanjutany adalah pengujian asumsi klasik, yakni menguji apakah didalam model terkandung persoalan heteroskedastisitas, multikolonieritas, dan autokorelasi. Di dalam analisis regresi mensyaratkan model harus terbebas dari persoalan-peroalan tersebut.

Uji heteroskedastisitas menunjukkan variable independen dalam model, yakni return pasar, size (SMB) dan *book-to-market value* (HML) tidak ada yang signifikan pada level 5% terhadap nilai *Absolut Ut* (residual), sehingga model terbebas dari persoalan heteroskedastisitas. Nilai *sig-t* return pasar = 0,392, nilai *sig-t size* = 0,062, dan nilai *sig-t* BMV = 0,073. Hasil uji heteroskedastisitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Uji multikolonieritas menunjukkan nilai *Durbin-Watson* (DW) = 1,903 terletak diantara du dan 4-du (1,747 dan 4 - 1,747). Nilai DW sebesar 1,903 terletak diantara 1,747 dan 2,253, sehingga model regresi terbebas dari persoalan multikolonieritas seperti yang dipersyaratkan dalam pengujian dengan regresi (OLS). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Uji autokorelasi, menunjukkan hasil perhitungan nilai *Tolerance* kurang dari 1,0. Demikian juga dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan bahwa tidak ada satu variable independen yang memiliki

nilai VIF lebih dari 10,0. Nilai Tolerance untuk variable *return* pasar = 0,845, *size* (SMB) = 0, 873 dan *book-to-market value* (HML) = 0, 778, sedangkan nilai VIF untuk *return* pasar =1,184, *size* = 1, 146 dan BMV = 1,286. Oleh karena itu model regresi terbebas dari persoalan autokorelasi, sehingga memenuhi persyaratan dalam OLS. Hasil perhitungan autokorelasi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Hasil Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variable independen; *return* pasar, *size* (SMB) dan *boo-to-market value* (HML) terhadap *excess return* atau *return* saham. Hasil perhitungan regresi berganda dengan menggunakan SPSS 13 dapat dilihat pada lampiran 3, mengahsilkan persamaan regresi sebagai berikut:

ExcRet = 0,353RetPsr – 0,131SMB – 0,174HML.

Berdasarkan hasil persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh *return* pasar (RetPsr) adalah positif terhadap *return* saham (ExcRet). Sedangkan *size* (SMB) dan *book-to-market value* (HML) berpengaruh negative terhadap *return* saham *(*ExcRet). *Return* pasar berpengaruh positif terhadap *return* saham, menunjukkan bahwa semakin tinggi *return* pasar, maka semakin tinggi pula *return* dari saham-saham yang tergabung dalam kelompok saham LQ 45. Sedangkan *size* (SMB) dan *book-to-market value* (HML) berpengaruh negative terhadap *return* saham, menunjukkan bahwa semakin besar nilai kapitalisasi pasar (size) dan nilai *book-to-market value*, maka semakin kecil atau semakin rendah *return* saham semakin kecil.

Pengujian Model

Pengujian model dilakukan dengan melihat hasil dari perhitungan nilai koefisen determinasi (*adjusted r-square*) dan nilai F-hitung atau *sig-F*. Hasil perhitungan koefisen determinasi (*adjusted r-square*) dan nilai F-hitung atau *sig-F* dapat dilihat pada lampiran. Berdasarkan hasil perhitungan koefisen determinasi (*adjusted r-square*) dan nilai F-hitung atau *sig-F* tersebut pada lampiran, maka nilai *Adj-R-Square* = 15,3% dan nilai F-hitung = 5,801 dengan nilai *sig-F* = 0,001.

Nilai *Adj-R-Square* sebesar 15,3% menunjukkan bahwa variable-variabel independen dalam model, yakni *return* pasar, *size* (SMB) dan book-to-market value (HML) hanya mampu menjelaskan secara benar variable dependen, yakni *return* saham sebesar 15,3%, dan sisanya 84,7% dijelaskan oleh faktor atau variable lain diluar model.

Nilai F-hitung sebesr 5,801 dengan *sig-F* sebesar 0,001 menunjukkan bahwa ketiga variable independen dalam model, yakni return pasar, *size* (SMB) dan *book-to-market value* (HML) mampu menjelaskan *return* saham pada tingkat signifikansi kurang dari 1%, sehingga model tersebut *fit* untuk digunakan. Oleh karena itu, dari hasil pengujian model, maka model regresi memmenuhi persyaratan *goodness of fit* seperti yang dipersyaratkan dalam OLS.

Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai t-hitung dan *sig-t.* Perhitungan t-htung dan *sig-t* dapat dilihat pada lampiran. Ringkasan

hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Variabel	Std. Coeff.	t	*sig-t*
RetPsr	0,353	3,155	0,002
SMB	-0,131	-1,193	0,237
HML	-0,174	-1,492	0,140

Berdasarkan hasil dari nilai t-hitung dan *sig-t* tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

***Return* Pasar**

Besarnya koefisien *beta return* pasar = 0,353 bertanda positif dan nilai t dari *return* pasar 3,155 dengan *sig-t* = 0,002 dengan demikian, maka ada pengaruh positif dan signifikan *return* pasar (*risk premium*) terhadap *return* saham, pada tingkat signifikansi kurang dari 1%. Dengan demikian, maka semakin tinggi *retrun* pasar, maka akan semakin tinggi *return* saham.

Nilai koefisien *beta* dari *return* pasar menunjukkan arah yang positif dengan demikian, maka jika *return* pasar naik, akan dikuti oleh kenaikan *return* saham. *Return* pasar dalam hal ini adalah merupakan *risk premium* pada protofolio pasar yang menggambarkan besar kecilnya risiko. Jika *risk premium* tinggi, maka risiko investasi tersebut juga tinggi, demikian juga sebaliknya. Dengan demikian, maka semakin besar *risk premium*, semakin besar *return* saham pada perusahaan yang tergabung dalam kelompok saham LQ 45.

Hasil penelitian ini mendukung konsep *Capital Assets Pricing Model* (CAPM), dimana semakin tinggi risiko, semakin tinggi tingkat keuntungan yang diharapkan oleh investor, *high risk high return*. Dimana saham-saham yang berisiko tinggi diharapkan akan menghasilkan *return* yang tinggi pula, karena investor harus menanggung risiko yang lebih besar. Jadi, investor akan menetapkan *risk premium* (premi risiko) yang lebih tinggi untuk saham-saham yang berisiko tinggi untuk mengeliminasi risiko tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Black, Jensen dan Scholes (1972), Fama & French (1973), Drew, *et al* (2003), Bilinski dan Lyssimachou (2005), Jimmy Dimas Wahyu Indraseno (2006), Isna Yuningsih dan Rizky Yudaruddin (2007, Dede Irawan Saputra dan Umi Murtini (2008), Damar Hardianto dan Suherman (2009), yang menemukan bahwa *return* pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham.

Beberapa penelitian yang hasil temuannya berbeda dengan penelitian ini antara lain adalah penelitian dari Fama dan French (1992), Hossein Asgharian dan Bjorn Hansson (1998), Hodoshina, Gomez, dan Kunimura (2000), dan Sandoval & Saens (2004), Michailidis, *et al* (2007) yang menemukan tidak ada pengaruh signifikan antara *beta* pasar (*risk premium*) dengan *return* saham.

***Size* (SMB)**

Besarnya koefisien *beta* dari size (SMB) = -0,131 bertanda negative dan nilai t nya sebesar 1,193 dengan *sig-t* = 0,237. Dengan demikian, maka berarti *size* (SMB) berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham pada tingkat signifikansi 5%.

Nilai koefisien yang negative menunjukkan bahwa kecenderungan pengaruh *size* (SMB) terhadap *return*

saham tidak searah atau berlawanan. Namun pengaruh tersebut secara statistik tidak signifikan.pada *level* signifikansi 5%. *Size* (SMB) disini merupakan ukuran perusahaan yang merepresentasikan *return* portofolio saham kecil (*firm size* kecil) dengan portofolio saham besar (*firm size* besar), dan diproksi dengan nilai kapitalisasi pasar modal sendiri.

Tidak signifikannya nilai kapitalisasi pasar terhadap *return* saham menunjukkan bahwa investor tidak menggunakan indikator ini sebagai dasar pengambilan keputusan untuk investasinya, akan tetapi lebih mempertimbangkan risiko pasar. Saham LQ 45 adalah merupakan saham unggulan pencetak laba, jadi investor yang tertarik untuk melakukan investasi pada saham-saham ini tidak lagi mempertimbangkan nilai kapitalisasi pasarnya, tetapi besarnya *return* dengan tingkat risiko tertentu. Bagi investor, yang penting adalah investasi tersebut menghasilkan *return* yang sebanding dengan risiko yang harus ditanggung oleh investor. Perilaku ini akan banyak melekat pada investor jangka pendek, yang mengejar *capital gain* daripada *dividend yield*.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dan tidak mendukung Fama & French (2000), Drew, *et al* (2003), Naughton dan Veeraraghavan (2003), Bilinski dan Lyssimachou (2005), Jimmy Dimas Wahyu Indraseno (2005), Bambang Ongki Suryawan (2006), Charitou, A dan Constantinidis, E (2007), dan Damar Hardianto dan Suherman (2009). Namun hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian dari Isna Yuningsingsih dan Rizky Yudaruddin (2007), dan Dede Irawan Saputra dan Umi Murtini (2008),

***Book-to-Market Value* (HML)**

Besarnya koefisien beta book-to-market value (HML) = -0,174 bertanda negative dan nilai t nya adalah -1,492 dengan *sig-t* = 0,140. Dengan demikian, maka berarti *book-to-market value* (HML) berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham pada tingkat signifikansi 5%.

Nilai koefiiesn yang negative menunjukkan ada pengaruh yang negatif *book-to-market value* (HML) terhadap *return* saham. Namun pengaruh tersebut secara statistik tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5%. *Book-to-market value* (HML) disini merepresentasikan *return* portofolio saham dengan *book-to-market ratio* tinggi dengan *book-to-market ratio* rendah yang diproksi dengan nilai buku (*shareholders equity*) dibagi dengan harga pasar saham.

Seperti hal *size* (SMB), maka *book-to-market ratio* (HML) juga berpengaruh negative, artinya jika *book-to-market ratio* (HML) turun, maka *return* saham akan naik. Apabila *book-to-market ratio* turun menunjukkan harga pasar saham naik, berarti semakin baik kinerja saham. Kondisi ini akan mencerminkan tingkat optimis investor terhadap masa depan perusahaan. Didalam kasus ini, *risk premium* (premi risiko) pengaruhnya masih lebih baik dari *book-to-market ratio.* Investor lebih memandang risiko sebagai faktor yang lebih akurat untuk memprediksikan *return* saham.

Hasil penelitian ini sesuai tetapi tidak mendukung pendapat Fama & French (1992), Naughton dan Veeraraghavan (2003), Charitou dan Constantinidis (2007), Jimmy Dimas Wahyu Indraseno (2006), Isna Yuningsih dan

Rizky Yudaruddin (2007), Damar Hardianto dan Suherman (2007), dan Homsud, *et al* (2009). Namun hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian dari Dede Irawan Saputra dan Umi Murtini (2008),

KESIMPULAN

Setelah memelalui rangkaian panjang analisis regresi dan pengujian pengujian model, maka dapat disimpulkan:

a. *Rturn* pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Semakin tinggi *risk premium* (premi risiko), semakin tinggi *excess return* saham.

b. *Size* (SMB) atau nilai kapitalisasi pasar berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham.

c. *Book-to-market value* (HML) berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham.

Mengingat bahwa dari hasil pengujian hipotesis hanya risk premium (premi risiko) yang berpengaruh signifikan, maka implikasi dari penelitian ini adalah (1) hasil penelitian ini mendukung dan sesuai dengan teori portofolio dan CAPM, (2) meskipun dari uji statistik *size* (SMB) dan *book-to-market ratio* (HML) tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5%, dan hanya signifikan pada level 23,7% dan 14,0%, namun kedua variable tersebut perlu mendapatkan perhatian dari investor. Upaya yang dapat dilakukan oleh investor untuk meraih *return* postofolio yang tinggi dengan segala konsekuensinya adalah dapat dilakukan dengan melakukan investasi pada saham-saham yang memiliki *risk premium* tinggi, nilai kapitalisasi pasar dan *book-to-market value* rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Asgharian, Hossein & Hansson, Bjorn, 1998. "Cross Sectional Analysis of the Swedish Stock Market". http://www.nek.lu.se/publications/workpap/Paper/WP02_19.pdf. diakses 8 Oktober 2008.

Bambang Ongki Suryana, 2006. "Pengaruh Market, Size, dan Book-to-Market Ratio Terhadap Return Saham di Indonesia: Sektor Keuangan dan Perusahaan Investasi Periode Juli 1994 s/d Juni 2005". *Jakarta Petra Christian University*.

Basu, S, 1997. "Investment Performances of Common Stocks in Relation to Their Price Earnings Ratios: A Test of the Efficient Market Hypothesis". *Journal of Finance*, Vol. 12, pp. 129-156.

----------, 1983. "The Relationship Between Earnings Yield, Market Value, and Return for NYSE Common Stock; Further Evidence". *Journal of Financial Economics*, Vol. 2, pp. 129-56.

Bhandari, L, 1988. "Debt/Equity Ratio and Expected Common Stock Returns: Empirical Evidence". Journal of Finance, 43: 507-528.

Bilinski, P. and Lyssimachou, D, 2005. "Validiting the Fama and French Three Factor Model: The Case of the Sockholm Stock Exchange, 1982 – 2002". *Master Thesis*, Graduate Business School, Goteborg University.

Black, Fischer, Michael, C. Jensen and Myron Scholes, 1972. "The Capital Asset Pricing Model: Some Empirical

Tests, in M. Jensen ed., *Studies in the Theory of Capital Markets*, (Praeger, New York).

Bodie, Z. Kane, A. & Marcus, A.J, 2005. "*Investment*". Terjemahan Zuliani D. dan Budi Wibowo. Jakarta Salemba Empat.

Brigham, Eugene, F, and Houston, Joel, F, 1998. "*Fundamentals of Financial Management"*. Eighth Edition.

Charitou, Andreas and Constantinidis, Eleni, 2004. "Size and Book-to-Market Factors in Earnings and Stock Returns: Empirical Evidence from Japan, (online), (http://www.business.uiuc.edu/accountancy/research/vkz.center/conferences/athens/papers/Charitou.pdf. diakses 8 Oktober 2008).

Damar Hardianto dan Suherman, 2007. "Pengujian Fama-French Three-Factor Model di Indonesia". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 13, No. 2 Mei, Hal. 198-208.

Dede Irawan Saputra, 2008. "Perbandingan Fama and French Three Factor Model dengan Capital Asset Pricing Model". *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 4. No. 2 Agustus, Hal. 132-145.

Drew, Michael, E. Naughton, T., and Veeraraghavan, Madhu, 2003. "Firm Size, Book-to-Market Equity and Security Returns: Evidence from the Shanghai Stock Exchange". *Australian Journal of Management*, 28.2: 135-136.

----------, 2005. "A Multifactor Model Axplanation of the Cross-Section of Expected Stock Return: Evidence from Indonesia, Singapore, and Taiwan. *Finance India*. 19. 1:135-157.

Elton, Edwin, J., and Gruber, Martin, J, 1995. "Modern Portfolio Theory and Investment Analysis". *Journal of Finance*, Singapore.

Fama, Eugene, F., and MacBeth, Jones, 1973. "Risk, Return, and Equilibrium: Empirical Test". *Journal of Political Economy*, Vol. 81, 607-636.

Fama, Eugene & French, K.R, 1992. "The Cross Section of Expected Stock Returns". *The Journal of Finance*, 67. 2: 427.

----------, 1993. "Common Risk Factors in the Returns of Stocks and Bonds". *Journal of Finance Economics* 33: 3-56.

----------, 1995. "Size and Book-to-Market Factors in Earnings and Returns". *Journal of Finance* 50, 131-155.

----------, 1996. "Multifactor Explanations of Asset Pricing Anomalies". *Journal of Finance*. 51:55-84.

----------, 1998. "Value versus Growth: The International Evidence". *Journal of Finance* 53: 1975-1999.

----------, 2004. "The Capital Asset Pricing Model: Theory and Evidence". *Working Paper*.

Gujarati, D. 2003. *Basic Econometric*. Mc-Grawhill. New York.

Hodoshima, J. Garza, G.X. & Kimura, M, 2000. "Cross Sectional Analysis of Return and Beta in Japan". *Journal Economic and Business*, 515-553.

Homsud, N., Wasunsakul, J., Phuangnark, S., and Joongpong, J, 2009. "A Study of Fama and French Three Factors Model and Capital Asset Pricing Model in the Stock Exchange of Thailand". *International Research Journal of Finance and Economics*, © EuroJournals Publishing, Inc.

Imam Ghozali, 2007. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*. Edisi 3, Universitas Diponegoro, Semarang.

Institute for Economic and Financial Research, "*Indonesian Capital Market Directory 2005 s/d 2010"*, Jakarta
Jogiyanto Hartono, 2003. "*Teori Portofolio dan Analisis Investasi*". Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.

Isna Yuningsih dan Rizky Yudaruddin, 2007. "Pengaruh Model Tiga Faktor Terhadap Return Saham". *Akuntabilitas*, September, Hal. 79-84.

Lintner, J, 1965. "Scurity Prices, Risk and Maximal Gains from Diversivication". *Journal of Finance* 20,: 587-615.

----------, 1965. "The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets". *Review of Economics and Statistics*, Vol. 47, pp. 13-37.

Markowitz, H.M, 1952. "Portfolio Selection". *The Journal of Finance*, March.

Michailidis, Grigoris. Tsopoglou, Stavros, & Papanastasiou, Demetrios, 2007. "The Cross Sectional of Expected Stock Returns for the Athens Stock Exchange". *International Research Journal of Finance and Economics*, 63-96.

Mokhamad Sukarno, 2007. "Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Saham Menggunakan Metode Single Indeks di Bursa Efek Jakarta". *Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang.

Reilly, Frank, K., and Brown, Keith, 2003. "*Investment Analysis and Portfolio Management*". Seventh Edition, USA: South-Western.

Ross, S, 1976. "The Arbitrage Pricing Theory of Capital Asset Pricing". *Jornal of EconomicTheory* 13: 341-360.

Rowland Bismark Fernando Pasaribu, 2009. "Model Fama dan French Sebagai Pembentukan Portfolio Saham di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 9, No. 1 Pebruari, Hal. 1-12.

Sandoval, A. Eduardo & Saens, N. Rodrigo, 2004. "The Conditional Relationship Between Portfolio Beta and Return: Evidence from Latin America", *Cuadernos de Economfa*, 41. 4:65-89.

Sharpe, W.F, 1963. "A Simplified Model For Protfolio Analysis". *Management Science*, January.

Sharpe, W.F, 1964. "Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Condition of Risk". *Journal of Finance* 19: 425-442.

Van Horne, J.C & Wachowicz, J.M, Jr, 2001, *Fundamental of Financial Management*, Eleventh Edition, Prentice-Hall, Inc, Upper Saddle River, New Jersey o7458.

SARBANES OXLEY ROLE IN THE DITECTIONS FINANCIAL STATEMEN FRAUD IN TELKOM TO SUPPORT GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Tjahjani Murdijaningsih[1)]

E-mail : Cahyanimurdianingsih@yahoo.co.id
[1)]Lecturer of Economics Faculty
Wijayakusuma University, Purwokerto

ABSTRACT

Sarbanes Oxley is a United States federal law is set on July 30, 2002 in response to a new auditing standard that can be used to detect the possibility of fraud on the financial statements.

As one of the state-owned Telkom in Indonesia have applied and implemented Sarbanes Oxley Act (SOA) as the standard compliance and corporate governance, a new, very strict and demanding transparency and disclosure to investors and the public. The success of Telkom is a pioneer for other state companies in good financial governance that have been acceptable in the international arena.

Financial Statement Fraud (Fraud) can occur a the transaction level, account level, and at the level of the financial statements. To make good financial governance by implementing Sarbanes Oxley Sarbanes Oxley telecoms, especially SOA Section 404 which requires TELKOM management to be responsible for doing and maintaining internal controls over financial reporting ("ICOFR") is adequate, in order to provide adequate assurance related the reliability of financial reporting and the preparation of Vendor financial statements are consistent with GAAP. SOA section 302 of adequate disclosure in financial reporting. Commitment from telecoms to deal with fraud is also reflected in the decision of the Board of Directors of Telkom's anti-fraud and how to deal with fraud.

Keywords: *Financial Statement, Fraud, Sarbanes Oxley*

ABSTRAK

Sarbanes Oxley adalah hukum federal Amerika Serikat merupakan yang ditetapkan pada 30 Juli 2002 sebagai tanggapan terhadap sejumlah skandal akuntansi perusahaan besar di Amerika. Sarbanes Oxley menawarkan sebuah standar audit baru yang bisa digunakan untuk menditeksi kemungkinan-kemungkinan kecurangan atas laporan keuangan.
Telkom sebagai salah satu BUMN yang ada di Indonesia sudah menerapkan dan mengimplementasikan Sarbanes Oxley Act (SOA) sebagai standard *compliance and corporate governance* baru yang sangat ketat dan menuntut transparansi dan keterbukaan kepada investor maupun publik. Keberhasilan dari Telkom ini menjadi pelopor bagi BUMN-BUMN yang lain dalam tata kelola keuangan yang baik yang sudah bisa diterima di kancah internasional.

Kecurangan atas laporan keuangan (fraud) bisa terjadi pada tingkatan transaksi, tingkatan akun maupun pada tingkat laporan keuangan. Untuk membuat tata kelola keuangan yang baik berdasarkan Sarbanes Oxley telkom menerapkan Sarbanes Oxley, terutama SOA Seksi 404 yang mensyaratkan manajemen TELKOM untuk bertanggung jawab atas dilakukannya dan dipeliharanya pengendalian internal terhadap pelaporan finansial ("ICOFR") yang memadai, agar dapat memberikan jaminan yang cukup terkait dengan keandalan pelaporan keuangan Peusahaan dan persiapan penerbitan laporan keuangan yang selaras dengan PSAK. SOA seksi 302 tentang pengungkapan yang memadai dalam pelaporan keuangan. Komitmen dari telkom untuk menangani Fraud juga tercermin dari keputusan Direksi Telkom mengenai anti fraud dan bagaimana menangani fraud.

Kata Kunci: Laporan keuangan, Fraud, Sarbanes Oxley

PENDAHULUAN

Indonesia akhir-akhir ini sangat banyak dengan permasalahan yang tidak pernah terselesaikan dan menjadi kajian diberbagai tingkatan pemerintahan yaitu adanya korupsi diberbagai bidang baik dari jajaran yang paling rendah sampai pemangku jabatan. Berdasarkan pengalaman yang sudah ada dan peristiwa korupsi yang terjadi di Indonesia hampir seluruhnya adalah berbasis laporan keuangan. Laporan keuangan yang diterbitkan oleh BUMN-BUMN sering mengandung kecurangan yang tidak terditeksi oleh standar audit yang sudah ada.

Sarbanes Oxley adalah sebuah standar federal yang menawarkan sebuah standar audit baru yang bisa digunakan untuk menditeksi kemungkinan-kemungkinan kecurangan atas laporan keuangan. Laporan keuangan yang diterbitkan oleh BUMN-BUMN diharapkan akuntabel sehingga mendukung sebuah BUMN dapat menciptakan *Good Corporate Governance* di departemennya. Dengan laporan keuangan yang akuntabel dan dapat dipertanggungjawabkan sebuah BUMN dapat eksis di dunia usaha.

Telkom sebagai salah satu BUMN yang ada di Indonesia sudah menerapkan dan mengimplementasikan Sarbanes Oxley Act (SOA) sebagai standard *compliance and corporate governance* yang baru dan menuntut transparansi dan keterbukaan kepada investor maupun publik Dengan keberhasilan Telkom menggunakan Sarbanes Oxley sebagai standar auditing yang baru diharapkan menjadi pelopor BUMN-BUMN yang lainnya uantuk mengembangkan *Financial Reporting Governance* dan pengendalian internal berbasis Sarbanes Oxley Act menjadi kesadaran bagi entitas untuk melaksanakan praktik yang sehat. Sarbanes Oxley menawarkan sebuah standar audit yang lebih komprehensif, transparan dan akuntabel baik kepada investor maupun publik sehingga kecurangan-kecurangan atas laporan keuangandapat terhindarkan sehingga tingkat korupsi juga bisa dihindari.

Kajian tentang kecurangan atas laporan keuangan dan sarbanes oxley hal ini selaras dengan keinginan perusahaan untuk menciptakan *Good Corporate Governance*, hal ini karena pengelolaan perusahaan yang baik sekarang sedang digalakkan oleh pemerintah, dimana *Good Corporate Governance* tercermin dari pengelolaan keuangan yang baik. BUMN-BUMN di Indonesia sekarang selain bersaing didalam negeri sekarang harus go publik ke luar negeri. Untuk itu Good Corporate Governance harus dipertahankan paling tidak diusahakan dengan menciptakan pengelolaan perusahaan yang baik tercermin dari tata kelola keuangan yang baik.

Standar audit sekarang belum dapat menditeksi kecurangan-kecurangan yang mungkin dari sebuah entitas, untuk itu perlu kajian lebih mendalam tentang pengendalian yang menekankan pada pendiktesian kecurangan atas laporan keuangan dengan melihat paradigma dewasa ini atas keberhasilan Telkom dengan masuknya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) masuk dalam jajaran perusahaan publik terbaik se-Asia Pasifik versi majalah *Forbes* Asia, atau menjadi satu-satunya perusahaan Indonesia yang masuk kategori Fabulous 50. Terkait penilaian *Forbes* terhadap standar penerapan *good corporate governance* atau tata kelola perusahaan yang baik dan benar, Telkom telah mengimplementasikan Sarbanes Oxley Act (SOA) sebagai standar compliance and corporate governance baru yang dengan mempertimbangkan transparasi dan keterbukaan kepada publik dan investor.

A. PERMASALAHAN

Telkom adalah BUMN yang pernah mengalami keterpurukan dalam pelaporan keuangan, dan kini menjadi satu-satunya BUMN yang telah berhasil menerapkan *Good Corporate Governance* dengan menyajikan laporan keuangan yang akuntabel, transparan, bertanggungjawab, independensi dan kewajaran, sehingga Telkom berhasil mendapatkan penghargaan internasional dalam tata kelola keuangannya.. Berdasarkan keberhasilan dari Telkom tersebut mengacu kepada kita untuk mengkaji lebih lanjut hal-hal yang berkaitan dengan *good corporate governance* yang bersumber dari laporan keuangan yang handal. Dimana kehandalan laporan keuangan ini adalah karena adanya standar audit yang lebih ketat yang tercermin dari Sarbanes Oxley, Untuk itu permasalahannya adalah bagaimana peran Sarbanes Oxley dalam menditesi kecurangan atas laporan keuangan sehingga dapat menciptakan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Diteksi Kecurangan

Fraud atau kecurangan atas laporan keuangan adalah tindakan yang dilakukan pengambil keputusan untuk menutupi atau tidak meyajikan pengungkapan atas laporan keuangan secara memadai untuk melindungi dari investor maupun publik. Diteksi kecurangan atas laporan keuangan sudah diteliti oleh beberapa ahli akuntansi, salah satunya Yim 2010 mengungkapkan dengan adanya

kecurangan (*Fraud*) menyebabkan audit lebih mendalam dan diperlukan perhatian khusus oleh pemangku jabatan untuk mendeteksi dan mengurangi kecurangan atas laporan keuangan.

Ada beberapa cara yang bisa dilakukan oleh sebuah entitas untuk menghindari *Fraud* :

1. Mengurangi situasi yang memungkinkan sesorang untuk melakukan fraud

a. Target keuangan di sesuaikan dengan kondisi perusahaan jangan terlalu sulit dicapai.

b. Membuat kebijakan dan prosedur akuntansi yang jelas tanpa adanya klausul pengecualian

c. Menghilangkan kendala operasional yang berdampak pada efektivitas kinerja keuangan

2. Mempersempit kesempatan seseorang untuk melakukan fraud

a. Melakukan pencatatan akuntansi secara akurat dan lengkap

b. Melakukan pengawasan atas transaksi bisnis dan hubungan interpersonal antara supplier, konsumen, karyawan bagian pembelian, bagian penjualan, dan bagian keuangan

c. Membuat sistem keamanan fisik untuk menjaga aset-aset perusahaan

d. Memisahkan fungsi kontrol atas suatu transaksi tidak terpusat pada satu orang

e. Membuat data karyawan dengan akurat dan jelas.

f. Memperkuat pengawasan intern untuk menjamin data akuntansi

3. Memperkuat integritas karyawan

a. Keteladanan dan Kejujuran harus diterapkan di manajemen.

b. Kejelasan kebijakan manajemen tentang tindakan perilaku karyawan

c. Adanya kebijakan yang jelas untuk menjamin metode akuntansi yang diterapkan.

d. Adanya pendidikan mengenai fraud dan pencegahan fraud dan akibatnya.

2. Sarbanes Oxley

Sarbanes-Oxley (*Sarbanes-Oxley Act of 2002, Publik Company Accounting Reform and Investor Protection Act of 2002*) atau kadang disingkat **SOx** atau **Sarbox** adalah hukum federal Amerika Serikat yang ditetapkan pada 30 Juli 2002 sebagai tanggapan terhadap sejumlah skandal akuntansi perusahaan besar yang termasuk di antaranya melibatkan Enron, Tyco Internasional, Adelphia, Peregrina System dan WorldCom. Skandal-skandal yang menyebabkan kerugian bilyunan dolar bagi investor karena runtuhnya harga saham perusahaan-perusahaan yang terpengaruh ini mengguncang kepercayaan masyarakat terhadap pasar saham nasional. (M.N. Huda D. Santoso, 2006)

Dengan diterbitkannya undang-undang ini, ditambah dengan beberapa aturan pelaksanaan dari *Securities Exchange Commision (SEC)* dan beberapa *self regulatory bodies* lainnya, diharapkan akan meningkatkan standar akuntabilitas korporasi, transparansi dalam pelaporan keuangan, memperkecil kemungkinan bagi perusahaan atau organisasi untuk melakukan dan menyembunyikan *fraud*, serta membuat perhatian pada yang sangat

tinggi terhadap *Good corporate governance*. Dalam *Sarbanes-Oxley Act* diatur tentang akuntansi, pengungkapan dan pembaharuan *governance*; yang mensyaratkan adanya pengungkapan yang lebih banyak mengenai informasi keuangan, keterangan tentang hasil-hasil yang dicapai manajemen, kode etik bagi pejabat di bidang keuangan, pembatasan kompensasi eksekutif, dan pembentukan komite audit yang independen.

Tujuan Sarbanes-Oxley Tujuan pertama dari Sarbanes-Oxley Act adalah untuk menahan eksekutif bertanggung jawab atas tindakan mereka (LT Staf 2004). Akibatnya, SOX telah membantu banyak menutup celah hukum yang ada perusahaan yang sebelum ini gunakan untuk menghindari surat hukum. Hal ini juga memaksa banyak perusahaan untuk membenahi manajemen puncak, menggantikan anggota dewan pensiun, dan memikirkan kembali perencanaan manajerial dan proses pelaporan.Tujuan kedua dari Sarbanes-Oxley Act adalah memberikan hukuman keras bagi yang melanggar dan memaksa perusahaan dalam kepatuhan di bawah ancaman penuntutan pidana. Akhirnya, Sarbanes-Oxley Act dimaksudkan untuk memulihkan kepercayaan investor, meningkatkan kinerja bisnis, dan memulihkan kepercayaan investor dalam akurasi laporan keuangan yang diberikan oleh perusahaan publik. Mengingat maksud keseluruhan UU SarbanesOxley, perhatian khusus akan diberikan kepada masing-masing judul yang diyakini memiliki dampak langsung pada lembar kegiatan offbalance dan manajer rantai pasokan. (Kros, John F, 2011). Dari beberapa kajian Sarbanes Oxley juga dirasa penting dalam transparansi pengungkapan laporan keuangan demi terciptanya Good Corporate Governance (Nv Vaktur, 2010)

3. Good Corporate Governance

Good Corporate Governance (GCG) adalah pengelolaan bisnis yang melibatkan kepentingan stakeholders serta penggunaan sumber daya yang berprinsip keadilan, efisiensi, transparansi dan akuntabilitas. Pengelolaan perusahaan dengan melibatkan stakeholder atau investor penting dikarenakan dua hal. Hal yang pertama, cepatnya perubahan lingkungan yang berdampak pada peta persaingan global. Sedangkan sebab kedua karena semakin banyak dan kompleksitas stakeholders atau investor termasuk struktur kepemilikan bisnis. ***Good Corporate Governance*** tercipta apabila terjadi keseimbangan kepentingan antara semua pihak yang berkepentingan dengan bisnis kita. Identifikasi keseimbangan dalam keberadaannya memerlukan sebuah sistem pengukuran yang dapat menyerap setiap dimensi strategis dan operasional bisnis serta berbasis informasi.

Surat Keputusan menteri BUMN Nomor KEP-117/M-MBU/2002 secara resmi memerintahkan seluruh BUMN untuk menerapkan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) secara konsisten dalam day-to-day operasional BUMN.

Good corporate governance (GCG) merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (value added) untuk semua *stakeholder* (Monks,2003). Dua hal yang

ditekankan dalam konsep ini, pertama, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya dan, yang kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan stakeholder. Ada empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep *good corporate governance*, (Kaen, 2003; Shaw, 2003) yaitu *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility*. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *good corporate governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan. Konsep *good corporate governance* baru popular di Asia. Konsep *good corporate governance* baru dikenal di Inggris pada tahun 1992. Negara-negara maju yang tergabung dalam kelompok OECD (kelompok Negara-negara maju di Eropa Barat dan Amerika Utara) mempraktikkan pada tahun 1999.

Prinsip-prinsip dalam *Good Corporate Governance* Secara umum terdapat lima prinsip dasar yaitu:

1. *Transparency* (keterbukaan informasi),
yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
2. *Accountability* (akuntabilitas),
yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
3. *Responsibility* *(*pertanggungjawaban),
yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
4. *Independency* (kemandirian),
yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran),
yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hakhak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. PT Telkom adalah Badan Usaha Milik negara dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh

publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia ("BEI"), New York Stock Exchange ("NYSE"), London Stock Exchange ("LSE") dan public offering without listing ("POWL") di Jepang.

PT Telkom Indonesia adalah salah satu perusahaan publik yang terpandang baik di Indonesia maupun dikawasan regional Asia Pasifik. Adapun visi Telkom adalah " *To become a leading Telecomunication, Information, Media & Edutaiment (TIME) provider in the region*" dengan visi tersebut maka Telkom bergerak dalam industri yang berkaitan dengan telekomunikasi dan informasi dengan produk yang lengkap mulai dari telepon, internet, TV berlanggan hingga konten internet khususnya yang terkait dengan pendidikan. Sedangkan misi Telkom adalah sebagai berikut:

To provide one stop TIME services with excellent quality& competitive price · To be the role model as the Best Managed Indonesian Corporation

Misi ini secara umum mengandung arti Telkom akan menyediakan layanan TIME dengan kualitas terbaik dan harga yang bersaing sedangkan misi kedua adalah menjadi model bagi pengelolaan korporasi yang baik. Dengan visi dan misi tersebut Telkom mempunyai *strategic objective* yaitu *Creating superior position by strengthening legacy and growing new wave business to achieve 60% of industry revenue in 2015*. Artinya secara umum adalah bahwa pada tahun 2015 Telkom menargetkan 60% pendapatan dari indusrti TIME

Dengan portofolio TIME tersebut maka Telkom mempunyai bidang usaha yang tersebar sesuai dengan portofolio tersebut dimana bidang usaha tersebut dijalankan baik oleh Telkom sendiri maupun oleh anak perusahaan yang tergabung dalam Telkom Group. PT Telkom berkomitmen terhadap konektivitas dan mobilitas data yang handal dan terpercaya, mampu meningkatkan jumlah pelanggan broadband telkom menjadi 10,5 juta pelanggan per 31 Desember 2011, atau meningkat sebesar 64,3%. Sementara itu, pelanggan layanan seluler meningkat pesat sebesar 13,8% atau 13 juta pelanggan baru sehingga total pelanggan seluler menjadi 107 juta.

2. Diteksi Kecurangan Atas Laporan Keuangan

PT Telkom dalam semua aktivitas melalui intranet Telkom berupa Portal telkom dalam bentuk POINT, dimana dalam aksesnya melalui username dan pasword dari masing- masing karyawan. Portal point ini digunakan untuk semua aktivitas, mulai dari absensi, pengajuan annggaran dan realisasi, semua transaksi, sampai pengelolaan SDM dalam bentuk Telkom Leaning. Pelatihan untuk karyawan juga melalui intranet telkom seperti pelatihan untuk karyawan dalam hal pemahaman good corporate governance. Untuk dokumen juga dalam bentuk web, untuk fisiknya ada di karyawan masing-masing. Penilaian kinerja dan pengendalian intern juga melalui intranet telkom, sehingga pengendalian lebih mudah tercaver, informasi cepat ke karyawan dan pengelolaan lebih mudah karena terpusat, Selain adanya intranet telkom di Telkom wilyah juga dilakukan coffee morning antara jam

09.00 – 10.30, juga apabila ada beberapa proyek juga dilakukan meeting.

Dalam hal Laporan Keuangan untuk wilayah tidak diwajibkan untuk membuat laporan keuangan tetapi terpusat di purwokerto yang nantinya dilaporkan ke pusat lewat web telkom. Laporan keuangan selanjutnya diaudit oleh audit internal yang ada di pusat Laporan keuangan walaupun sudah diaudit oleh audit internal harus diadudit oleh auditor ekternal agar laporan keuangan bebas dari salah saji yang material dan dapat menyesatkan pembaca laporan keuangan. Salah saji itu terdiri dari dua macam yaitu kekeliruan (*error*) dan kecurangan (*fraud*). *Fraud* diterjemahkan dengan *kecurangan* sesuai Pernyataan Standar Auditing (PSA) No. 70, demikian pula *error* dan *irregularities* masing-masing diterjemahkan sebagai *kekeliruan* dan *ketidakberesan* sesuai PSA sebelumnya yaitu PSA No. 32.

Salah saji dari penyajian laporan keuangan adanya kekeliruan dan kecurangan, kekeliruan dan kecurangan adalah dua hal yang berbeda. Kekeliruan adalah merupakan tindakan ketidaksengajaan tetapi kalau kecurangan adalah merupakan tindakan kesengajaan atas salah saji laporan keuangan yang disembunyikan. Terjadinya kecurangan adalah suatu tindakan yang disengaja yang tidak dapat terdeteksi oleh suatu proses pengauditan dan dapat memberikan efek yang merugikan dan membuat cacat bagi pelaporan keuangan. Dengan adanya kecurangan ini dapat mengakibatkan kerugian bagi sebuah entitas yang membuat laporan keuangan tidak bisa diterima secara umum. Kasus-kasus kecurangan atas laporan keuangan sudah banyak terjadi baik di Indonesia maupun di luar negeri. Kasus di Indonesia seperti yang terjadi pada PT Telkom.

Faktor-faktor yang dapat mengurangi adanya kecurangan atas laporan keuangan:

1. Karakteristik terjadinya kecurangan dan kemampuan auditor menghadapi fraud
2. Kurangnya standar pengauditan yang memberikan arahan yang tepat
3. Faktor ketiga yang berkaitan dengan lingkungan pekerjaan audit yang mengurangi kualitas audit

Berdasarkan kecurangan-kecurangan yang terjadi Telkom harus memahami pula bagaimana cara mendeteksi secara dini terjadinya kecurangan yang terjadi. Tindakan pendeteksian tersebut tidak dapat di generalisir terhadap semua kecurangan. Masing-masing jenis kecurangan memiliki karakteristik tersendiri, sehingga untuk dapat mendeteksi kecurangan perlu kiranya pemahaman yang baik terhadap jenis-jenis kecurangan yang mungkin timbul di Telkom.

Sebagian besar bukti-bukti kecurangan merupakan bukti-bukti yang sifatnya tidak langsung. Petunjuk adanya kecurangan ditunjukkan oleh munculnya gejala-gejala (*symptoms*) seperti adanya perubahan gaya hidup atau perilaku karyawan dan manjemen Telkom, Pada awalnya, kecurangan ini akan tercermin melalui timbulnya karakteristik tertentu, baik yang merupakan kondisi / keadaan lingkungan, maupun perilaku seseorang. Karakterikstik yang bersifat kondisi / situasi tertentu,

perilaku / kondisi seseorang personal tersebut dinamakan ***Red flag*** *(Fraud indicators).* Meskipun timbulnya *red flag* tersebut tidak selalu merupakan indikasi adanya kecurangan, namun *red flag* ini selalu muncul di setiap kasus kecurangan yang terjadi.

Berikut adalah gambaran secara garis besar pendeteksian kecurangan berdasar penggolongan kecurangan oleh *ACFE* tersebut di atas.

1. Kecurangan Laporan Keuangan *(Financial Statement Fraud*).

Kecurangan dalam penyajian laporan keuangan umumnya dapat dideteksi melalui analisis laporan keuangan seperti:

a. Analisis vertikal, yaitu teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara item-item dalam laporan laba rugi, neraca, atau Laporan arus kas dengan menggambarkannya dalam persentase. Sebagai contoh, adanya kenaikan persentase hutang niaga dengan total hutang dari rata-rata 28% menjadi 52% dilain pihak adanya penurunan persentase biaya penjualan dengan total penjualan dari 20% menjadi 17% mungkin dapat menjadi satu dasar adanya pemeriksaan kecurangan.

b. Analisis horizontal, yaitu teknik untuk menganalisis persentase perubahan item laporan keuangan untuk beberapa periode laporan. Sebagai contoh adanya kenaikan pendapatan sebesar 50% sedangkan harga pokok mengalami kenaikan 100%. Apabila tidak ada perubahan lainnya dalam unsur-unsur penjualan dan pembelian, maka hal ini dapat menimbulkan indikasi adanya pembelian fiktif, penggelapan, atau transaksi illegal lainnya.

c. Analisis rasio, yaitu alat untuk mengukur hubungan antara item dalam laporan keuangan. Sebagai contoh adalah *current ratio* yang penunan terlalu besar mengidentifikasikan adanya penggelapan uang atau pencurian kas.

2. Asset Misappropriation **(Penyalahgunaan aset).**

Alat yang dipakai untuk mendeteksi kecurangan-kecurangan terhadap penyalah gunaan aset sangat banyak variasinya. Tetapi pemahaman yang tepat atas pengendalian intern yang baik dalam pos-pos tersebut akan sangat membantu dalam melaksanakan pendeteksian kecurangan. Dengan demikian, terdapat banyak sekali teknik yang dapat dipergunakan untuk mendeteksi setiap kasus penyalahgunaan aset. Masing-masing jenis kecurangan dapat dideteksi melalui beberapa teknik yang berbeda. Setiap jenis aktiva berbeda dalam diteksinya dan cenderung lebih ke pengalaman auditor intern dari suatu entitas.

Alat analisis yang dapat digunakan untuk mendetiksi kecurangan tersebut antara lain :

a. Analytical review

Metode ini dengan melihat identifikasi dari akun yang mencurigakan antara tahun-tahun sebelumnya atau dengan akun lain yang berhubungan, misal persediaan dengan penggunaan persediaan.

b. Statistical sampling

Metode ini dengan menentukan sampling terhadap beberapa transaksi yang mencurikan kemudian dilakukan penelusuran untuk menemuka ketidakbiasaan (irregularities), metode deteksi ini akan efektif jika ada kecurigaan terhadap satu

attributnya, misalnya pemasok fiktif. Suatu daftar alamat PO BOX akan mengungkapkan adanya pemasok fiktif.

c. Vendor or outsider complaints
Metode ini dengan menganalisis komplain / keluhan dari konsumen, pemasok, atau pihak lain untuk menditeksi dan dapat mengarahkan auditor untuk melakukan pemeriksaan lebih lanjut.

d. Site visit – observation
Metode ini dengan melakukan observasi ke lokasi untuk mengungkapkan ada tidaknya pengendalian intern di lokasi-lokasi tersebut. Observasi terhadap bagaimana transaksi akuntansi dilaksanakan kadangkala akan memberi peringatan akan adanya daerah-daerah yang mempunyai potensi bermasalah. Dalam banyak kasus kecurangan, khususnya kasus pencurian dan penggelapan aset, ada tiga faktor, yaitu:

1. Ada satu tekanan pada seseorang, seperti kebutuhan keuangan,
2. Adanya kesempatan untuk melakukan kecurangan dan menyembunyikan kecurangan yang dilakukan,
3. Adanya cara pembenaran perilaku tersebut yang sesuai dengan tingkatan integritas pelakunya,

Untuk mengurangi adanya salah saji yang terjadi dalam pelaporan keuangan PT Telkom Indonesia melakukan sebuah tata kelola keuangan yang baik. Konsep penerapan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik ("*Good Corporate Governance*" atau "GCG") dalam organisasi Perusahaan berlandaskan pada komitmen untuk menciptakan Perusahaan yang transparan, akuntabel, dan terpercaya melalui manajemen bisnis yang dapat dipertanggung jawabkan

Penerapan praktik-praktik GCG merupakan salah satu langkah penting bagi TELKOM dalam upaya meningkatkan dan memaksimalkan nilai Perusahaan, mendorong untuk melakukan pengelolaan Perusahaan yang profesional, transparan dan efisien dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggungjawab dan adil sehingga dapat memenuhi kewajiban secara baik kepada Pemegang Saham, Dewan Komisaris, mitra bisnis serta pemangku kepentingan.

3. Prosedur dan Pengendalian Internal di Telkom

Berdasarkan ketentuan Bapepam, Telkom diwajibkan untuk melaporkan sistem prosedur pengendalian internal yang dilakukan untuk mencapai tata kelola usaha yang baik. Prosedur dan pengendalian yang dilakukan Telkom mengacu pada COSO *Internal Control framework*, COSO *Enterprise Risk Management Framework*, dan COBIT (*Control Objectives for Information and Related Technology*), khusus untuk pengendalian internal di bidang Teknologi Informasi.

Dengan berpedoman pada COSO *Internal Control framework*, pengendalian internal yang dipergunakan untuk menjamin keandalan laporan keuangan, antara lain diterapkan pada tingkat pengendalian (*level of control*) berikut:

1. Tingkat Pengendalian Entitas (*Entity Level Control*);

2. Tingkat Pengendalian Transaksi (*Transactional Level Control*) dan
3. Pengendalian Teknologi Informasi (IT *Control*)

Dalam melakukan proses perancangannya, pengendalian ditentukan berdasarkan risiko, risiko dikelola untuk menghindari kesalahan dan kecurangan (*fraud*) yang berakibat *misstatement* terhadap laporan keuangan. Hal ini tidak hanya terbatas pada risiko laporan keuangan, kontrol juga diterapkan untuk risiko lain, termasuk risiko bisnis dan operasi. Tindakan *Entity Level Control* yang telah dilakukan meliputi:

1. Formulasi kebijakan dan implementasi ICOFR dan pengendalian pengungkapan sesuai dengan SOA Seksi 404 (Penilaian ICOFR) dan Seksi 302 (Sertifikasi Direksi), Audit Standard No. 5, meliputi TELKOM dan anak perusahaan konsolidasi melalui Keputusan Direksi No. 13 tahun 2009;
2. Membangun komitmen pengelolaan perusahaan sesuai etika melalui tata kelola yang baik dengan cara penerapan etika bisnis, mencegah benturan kepentingan, *whistleblower*, penerapan *risk management* di setiap unit bisnis, penerapan program *fraud*, pakta integritas, dan lain-lain;
3. Menyelenggarakan asesmen risiko rutin dan *risk profiling* sebagai *early detection system*; dan melakukan berbagai audit untuk menjamin efektivitas dari penerapan *Entity Level Control*.

Tindakan *Transactional Level Control* yang telah dilakukan meliputi:

1. Merancang bisnis proses denngan menggunakan *risk based control* dan menerapkan pemisahan kewenangan berdasarkan prinsip *segregation of duties;*
2. Memberlakukan disiplin kerja sesuai ketentuan bisnis proses;

Untuk mendeteksi adanya kecurangan-kecurangan yang mungkin terjadi, Unit Internal Audit ("IA") berperan dalam menjalankan fungsi pengendalian atas aktivitas bisnis perusahaan. Untuk tujuan itu, seperti diatur dalam peraturan pasar modal yang berlaku, IA bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama. Guna menguatkan peran dan tanggung jawab tersebut, Piagam Internal Audit telah mendeskripsikannya secara jelas dengan berpedoman pada standar profesi Internal Audit internasional yaitu *The International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing* yang dikeluarkan oleh The Institute of Internal Auditors ("IIA"). Implementasi *good corporate governance* yang pertama di TELKOM ditandai dengan penerapan budaya perusahaan ARTI", yang selanjutnya diperbaharui menjadi budaya "TELKOM Way 135" pada tahun 2003. Selanjutnya, perumusan kebijakan penerapan GCG yang dituangkan dalam kebijakan Direksi Nomor KD.04/HK620/CTG-20/2005 tanggal 31 Januari 2005. Pada saat yang bersamaan dengan perumusan kebijakan ini, dirumuskan juga Panduan Etika Bisnis di TELKOM dalam kebijakan Direksi Nomor KD.05/PR180/CTG-00/2005.

Panduan penerapan GCG dan Etika Bisnis ini diubah kembali dalam keputusan Direksi Nomor KD.29/PS100/CA-20/2007 tanggal 5

Juni 2007 tentang pedoman GCG, dan KD.43/PR180/SDM-30/2006 tanggal 27 Juli 2006 tentang penyempurnaan pedoman Etika Bisnis. Pedoman pengungkapan Informasi kepada Publik sesuai SOA section 302 diatur dalam Buku 2 Keputusan Direksi KD.13 tahun 2009. Pedoman ini berisikan sistem pengendalian pengungkapan yang dirancang untuk memberikan keyakinan bahwa seluruh informasi yang diungkapkan kepada para pemegang saham/investor, pemangku kepentingan dan otoritas pasar modal, telah dikumpulkan, diperiksa, dicatat, diproses, diikhtisarkan, dan disampaikan secara tepat waktu dan akurat.

4. Pengelolaan Fraud di Telkom

Untuk menghindari risiko penyimpangan keuangan, Telkom setiap tahun melakukan penilaian terhadap pelaksanaan ICOFR, termasuk penilaian atas risiko penyimpangan. Direksi TELKOM telah menerbitkan Keputusan Direksi tentang Kebijakan Anti *Fraud* (KD. 70/2006) yang kemudian diperbaharui dengan KD No. 43/2008. Direksi TELKOM juga telah menerbitkan pedoman untuk melaksanakan *Fraud Risk Assessment* dengan KR. 03/2007. Keputusan-keputusan tersebut melengkapi Keputusan Direksi yang lain seperti Etika Bisnis (KD.05/2005 dan KD.43/2006), GCG (KD. 29/2007), Larangan Melakukan Gratifikasi (KD.67/2006), *Charter* Direksi (KD. 22/2007) dan *Whistleblower* (KD. 48/2006). Bila kemudian terjadi kecurangan Direksi TELKOM juga telah menyiapkan Pedoman untuk penindakan yang tertuang pada Komite Investigasi (KD. 22/2008) dan Peraturan Disiplin (KD. 41/2008). Manajemen Perusahaan bertanggung jawab untuk menyelenggarakan dan melaksanakan pengendalian internal atas pelaporan keuangan secara memadai, Direktur Utama dan Direktur Keuangan, dan dilakukan oleh dewan direksi, manajemen, dan personil lainnya untuk memberikan keyakinan yang memadai mengenai keandalan pelaporan keuangan dan penyusunan laporan keuangan untuk keperluan eksternal sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Pengendalian internal atas pelaporan keuangan Perusahaan termasuk kebijakan dan prosedur yang: (1) berkaitan dengan pengelolaan pencatatan secara rinci, akurat, dan wajar yang mencerminkan transaksi dan pelepasan aset perusahaan; (2) memberikan keyakinan yang memadai bahwa transaksi dicatat secara semestinya untuk memungkinkan penyusunan laporan keuangan berdasarkan prinsip akuntansi yang berlaku umum, dan bahwa pendapatan dan biaya perusahaan diterima dan dikeluarkan hanya berdasarkan kewenangan manajemen dan direksi perusahaan; dan (3) memberikan keyakinan yang memadai mengenai pencegahan atau deteksi secara tepat waktu dalam hal perolehan, penggunaan atau pelepasan aset perusahaan yang tidak sah yang dapat memberikan dampak material terhadap Laporan Keuangan. Karena keterbatasan-keterbatasan yang dimilikinya, pengendalian internal atas pelaporan keuangan mungkin tidak dapat mencegah atau mendeteksi terjadinya salah saji. Di samping itu, proyeksi atas evaluasi

efektivitas pada masa mendatang mengandung risiko bahwa pengendalian mungkin menjadi tidak memadai karena perubahan kondisi, atau karena tingkat kepatuhan terhadap kebijakan atau prosedur.

D. KESIMPULAN

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan senantiasa menghadapi berbagai resiko yang dinamakan resiko bisnis (*bussiness risk*). Termasuk diantaranya adalah resiko terjadinya kecurangan (*fraud)* yang tergolong dalam resiko integritas (*Integrity Risk*). Telkom sebagai salah satu BUMN di Indonesia pada tahun-tahun yang lalu juga mengalami kecurangan-kecurangan atas laporan keuangan yang cukup sifnifikan sampai mengakibatkan ketidak wajaran atas penyajian laporan keuangan. Kecuarangan-kecurangan tersebut terjadi baik kecurangan atas laporan keuangan pada akun akun laporan keuangan maupun kecurangan pada penyalahgunaan aset.

Untuk mengatasi kecurangan-kecurangan tersebut Telkom melakukan sebuah Tata kelola keuangan yang baik berbasis Sarbanes Oxley dengan diterbitkannya keputusan direksi mengenai anti fraud sampai keputusan direksi menangani apabila terjadi fraud. Disamping itu Good Corporate Governance juga disosialisasikan keseluruh wilayah kerja Telkom melalui pelatihan karyawan mengenai Good Corporate Covernance melaui Portal POINT Telkom sehingga kecurangan-kecurangan bisa diminimalkan. Dalam Tata kelola Keuangan Yang baik Telkom juga mengaktifkan Internal audit baik pada tingkat entitas, transaksi maupun pada tingkat teknologi sebagai pendukung informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Akuntabilitas dan Good Governance, Lembaga Administrasi Negara dan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, Jakarta, 2000.

Bakrie, Aburizal, Good Corporate Governance: Sudut Pandang Pengusaha, YPMMI & Sinergi Communication, Jakarta, 2002.

Bank, World, Corporate Governance Country Assessment : Republic of Indonesia, Jakarta, 2005.

Corporate Governance dan Etika Korporasi, Kantor Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/ Badan Pembina BUMN, 1999.

Daniri Mas Ahmad, Good Corporate Governance : Konsep dan Penerapannya di Indonesia. Ray Indonesia, Jakarta, 2005.

Givoly, D., and D. Palmon (1982): Timeliness of Annual Earnings announcements: Some Empirical Evidence, The Accounting Review, 57(3), 486508.

Hogan, C. E., Z. Rezaee, J. Riley, and U. K. Velury (2008): Financial Statement Fraud: Insights from the Academic Literature, Auditing: A Journal of Practice & Theory, 27(2), 231252.

Johnson, L. E., S. P. Davies, and R. J. Freeman (2002): The eect of seasonal variations in auditor workload on local government audit fees and audit delay, Journal of Accounting and Public Policy, 21(4-5), 395422.

Kaen, Fred. R, A Blueprint for Corporate Governance: Stregy, Accountability, and the Preservation of Shareholder Value, AMACOM, USA. 2003.

Kartik, N. (2008): Strategic Communication with Lying Costs,

Review of Economic Studies, forthcoming, December 12, 2008.
Kros, Jhon F (2011): Inpact of Sarbanes Oxley on of Balance Sheet Supply Chan Activities, The Journal of Business Logistic
Lambert, T. A., J. F. Brazel, and K. L. Jones (2008): Unintended Consequences of Accelerated Filings: Do Changes in Audit Delay Lead to Changes in Earnings Quality?, SSRN eLibrary, November.
Loomes, G. (2005): Modelling the Stochastic Component of Behaviour in Experiments: Some Issues for the Interpretation of Data, Experimental Economics, 8(4), 301.
Morgenson, G. (2009): S.E.C. Accuses Countrywide's Ex-Chief of Fraud, The New York Times.
Moeljono, Djokosantoso, Good Corporate Culture sebagai inti dari Good Corporate Governance, Elex-Gramedia, Jakarta, 2005.
Newman, D. P., E. R. Patterson, and J. R. Smith (2005): The Role of Auditing in Investor Protection, Accounting Review, 80, 289313.
Nv. Vakkur et. Al (2002) The Uninterded effect on the Sarbanes-Oxley Act of 2002, Research in accounting regulation
Owusu-Ansah, S., and S. Leventis (2006): Timeliness of corporate annual nancial reporting in Greece, European Accounting Review, 15(2), 273287.
Patterson, E. R., and J. R. Smith (2007): The Eects of Sarbanes-Oxley on Auditing and Internal Control Strength, The Accounting Review, 82(2), 427455.
Rieskamp, J. (2008): The probabilistic nature of preferential choice, Journal of Experi- mental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, pp. 14461465.
Sengupta, P. (2004): Disclosure timing: Determinants of quarterly earnings release dates, Journal of Accounting and Public Policy, 23(6), 457482.
Shleifer, A., and D. Wolfenzon (2002): Investor protection and equity markets, Journal of Financial Economics, 16, 328.
Wall Street Journal (1995): Sensormatic's Stock Skids 17% on News of Expanded Audit, September 1.
Wilcox, N. T. (2009): 'Stochastically more risk averse:' A contextual theory of stochastic discrete choice under risk, Journal of Econometrics, forthcoming
Yim, Andrew (2010) Fraud detection and journal reporting and audit Delay, Journal of Accounting and public policy

THE INFLUENCE OF CAPITAL AND ACCOUNTING SCIENCE UNDERSTANDING OF THE INTERESTS OF STUDENTS TO ENTREPRENEURSHIP

(Case Study Of A Student Accounting Jenderal Soedirman University)

Devid Puji Ariyanto[1)]
Adi Wiratno[1)]
Sukirman[1)]
E-mail : devidariyan@gmail.com
adiwiratno08@yahoo.com
sukirman212@yahoo.com
[1)]Lecturer Economics Faculty in Semarang Stikubank University

ABSTRACT

The purpose of this research is :
1). To find out the factors capital and understanding of accounting science simultaneously affecting significantly to student interest for accounting student entrepreneurship at the Jenderal Soedirman University.

2). To find out the factors capital and understanding of accounting science in partial effect significantly to student interest for accounting student entrepreneurship at the Jenderal Soedirman University.

3). To know the variables that have the most dominant influence to interest students to entrepreneurship in accounting students of Jenderal Soedirman University.

Research methods used in this research is descriptive research. The object of this research is the interest of accounting university students jenderal he who has an interest of being entrepreneurial. With the independent variable namely capital and understanding the science of accounting. While the entrepreneurship interest variable the dependent variable. Population in this research is a student accounting Jenderal Soedirman University, while the sample about 93 student taken as purpusive sampling and using formulas slovin. The technique of the collection of data used is a questionnaire. Data analysis techniques using a classic assumption test and multiple linear regression using SPSS program.

The result showed that:
1) variable capital and an understanding of the overall accounting Sciences (simultaneous) have a significant influence on the students ' interest in entrepreneurship for students majoring in accounting at the Jenderal Soedirman University.

2) Variable capital and understanding of accounting Sciences partially also had a significant influence on the students ' interest in entrepreneurship for students majoring in accounting at the Jenderal Soedirman University.
3) The variables most influence capital against interest students to entrepreneurship in students majoring in accounting, Jenderal Soedirman University.

Keywords: *capital, accounting science, enterpreneurial*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah
1) Untuk mengetahui faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Soedirman

2) Untuk mengetahui faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.
3) Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Objek penelitian ini adalah minat mahasiswa Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman yang memiliki ketertarikan menjadi wirausaha, dengan variabel independen yaitu permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi. Sedangkan variabel minat berwirausaha sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman, sedangkan sampelnya sebanyak 93 mahasiswa diambil secara purpusive sampling dan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa
1) variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara keseluruhan (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.
2) variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.
3) variabel permodalan memberikan pengaruh paling besar terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.

Kata Kunci: Minat Mahasiswa, Wirausaha, Permodalan dan Pemahaman Ilmu Akuntansi

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap lulusan Perguruan Tinggi sudah barang tentu mempunyai harapan dapat mengamalkan ilmu pemahaman dan keterampilan yang telah didapat selama studi sebagai salah satu pilihan untuk berprofesi. Secara realitas ada tiga pilihan yang kemungkinan akan dialami lulusan Perguruan Tinggi setelah menyelesaikan studinya. Pertama, menjadi pegawai atau karyawan perusahaan swasta. Badan Usaha Milik Negara atau pegawai negeri. Kedua, kemungkinan menjadi pengangguran intelektual karena sulit atau sengitnya persaingan atau semakin berkurangnya lapangan kerja yang sesuai dengan latar belakang studinya karena banyaknya perusahaan yang bangkrut akibat krisis moneter seperti yang sekarang melanda Negara Indonesia. Ketiga, membuka usaha sendiri (berwirausaha) di bidang usaha yang sesuai dengan ilmu pemahaman dan

teknologi yang didapat selama studi di Perguruan Tinggi (Indarti dan Rostiani,2008).

Namun, dari tiga kemungkinan tersebut, kemungkinan ketiga merupakan pilihan alternatif yang paling memungkinkan dan terbuka bagi lulusan Perguruan Tinggi. Hal ini disebabkan karena pilihan pertama, yaitu menjadi pegawai pemerintah atau perusahaan swasta semakin sulit dan kecil peluangnya akibat krisis ekonomi yang berkepanjangan sehingga banyak perusahaan yang bangkrut.

Di sisi lain, upaya mahasiswa di dalam memandirikan dirinya melalui penciptaan lapangan kerja sebagai langkah yang dapat ditempuh untuk mengurangi pengangguran masih sangat kurang. Tahun 2011 menurut BPS Pusat presentase pengangguran itu telah mencapai 6,32% dan jumlah orang miskin mencapai 28,89 juta orang serta pada priode 2009-2011 jumlah itu relatif bertahan sejalan dengan belum selesainya krisis ekonomi yang dialami bangsa Indonesia. Permasalahan pengangguran tampaknya menjadi permasalahan pula bagi perguruan tinggi. Menurut taksiran Wakil Sekretaris Jenderal Dewan Pengembangan Program Kemitraan antara Perguruan Tinggi – Dunia Usaha – DPPK (2011) jumlah penganggur intelektual telah mencapai 8,14% dan angka itu akan terus bertambah dengan lebih dari 2.000 jumlah PTN – PTS setiap tahun mewisuda lulusannya.

Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) harus diakui sebagai kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah dan mengurangi pengangguran. Pertumbuhan Usaha Mikro kecil dan Menengah setiap tahun mengalami peningkatan, dimana jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2010 sebanyak 55,2 juta unit usaha, dan terbukti memberikan kontribusi 53,28% terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan 96,18% terhadap penyerapan tenaga kerja.

Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sekarang ini kita menghadapi kenataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum tentu bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan.

Dari data tersebut di atas, berarti kita tidak boleh mengabaikan keberadaan UMKM yang strategis baik secara nasional maupun di daerah. UMKM memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Tetapi fakta yang ada di lapangan tidak semudah itu. Banyak kendala-kendala yang dihadapi oleh mahasiswa diantaranya keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman tentang akuntansi UMKM.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha?

2. Apakah faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha?
3. Dari kedua variabel faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:
1. Untuk mengetahui faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Untuk mengetahui faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.
3. Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis bagi Dunia Ilmu Pemahaman

Sebagai kontribusi terhadap ilmu pemahaman dalam hal penelitian di bidang kewirausahaan.

2. Manfaat bagi Mahasiswa

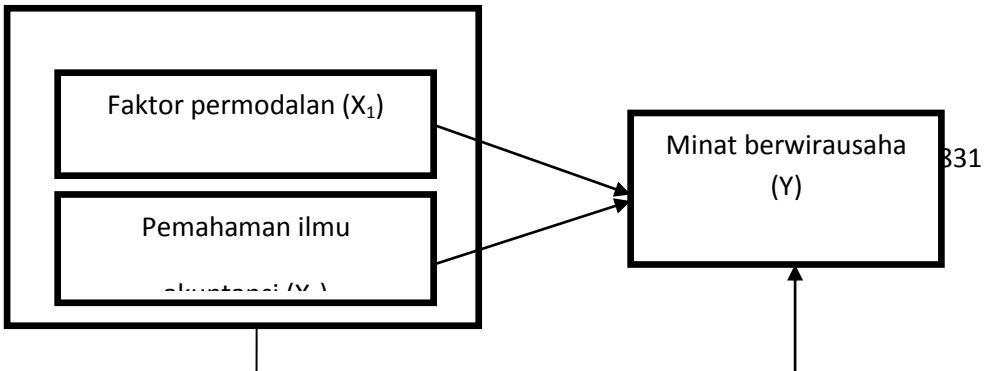
Sebagai tambahan informasi bagi para mahasiswa, yang diharapkan akan mampu meningkatkan minat dan pemahaman mahasiswa dalam berwirausaha.

II. PERUMUSAN MODEL PENELITIAN

A. Perumusan Model Penelitian

Dalam akuntansi dikenal istilah permodalan. Modal disini berarti modal usaha. Modal ini dibutuhkan dalam perusahaan untuk memulai dan menjalankan usahanya. Mulai dari peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan, besarnya dana yang diperlukan untuk kemajuan usaha. Tanpa modal, suatu perusahaan tidak dapat berjalan. Dengan demikian modal sangat diperlukan untuk memulai suatu usaha. Dengan tersedianya cukup modal, orang akan lebih berani mengambil keputusan untuk berwirausaha. Sehingga modal sangat mempengaruhi terhadap minat untuk berwirausaha. Meskipun faktanya ada beberapa orang yang memulai usaha tanpa modal.

Ilmu akuntansi sangat diperlukan dalam menjalankan usaha agar dapat berjalan secara baik dan sesuai harapan yang kita inginkan. Karena banyak ilmu yang bisa didapatkan dalam akuntansi. Misalnya bagaimana agar bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan modal yang kita punya, bagaimana kita dapat memutar uang agar uang itu dapat terus berputar untuk menjalankan usaha kita, dan masih banyak lagi. Karena itu, pemahaman akuntansi dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Dari apa yang sudah didapatkan dalam mempelajari akuntansi, secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat berwirausaha.



Gambar: Hubungan antar variabel

B. Perumusan Hipotesis

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Faktor permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.
3. Faktor permodalan memberikan pengaruh paling besar terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Penelitian tersebut menggunakan metode survei, mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1989).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah minat mahasiswa Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman yang memiliki ketertarikan menjadi wirausaha.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah terstruktur dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden dalam penelitian ini. Sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh fakta mengenai variabel yang diteliti (Azwar, 1998 dalam Iqbal, 2011). Dalam penelitian ini fakta yang diungkap merupakan fakta aktual yaitu data yang diperoleh dari subjek dengan anggapan bahwa memang subjeklah yang lebih mengetahui keadaan sebenarnya dan peneliti berasumsi bahwa informasi yang diberikan oleh subjek adalah benar (Azwar, 1998 dalam Iqbal, 2011).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan 2 (dua) cara:

a. kuesioner, yaitu dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis yang berkaitan dengan penelitian kepada responden dan dikumpulkan langsung oleh peneliti.

b. Penelitian Kepustakaan, dilakukan pula studi pustaka dengan cara mempelajari literatur dan jurnal untuk mendapatkan materi yang relevan dengan penelitian.

5. Metode Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006).

Populasi penelitian ini adalah mahasisiwa akuntansi Universitas Jenderal Soediirman. Metode penetapan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu suatu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, dimana responden yang akan diprioritaskan adalah mahasiswa akuntansi UNSOED yang memiliki ketertarikan menjadi wirausaha.

Kriteria yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

- Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa pada perguruan tinggi negeri Universitas Jenderal Soedirman.
- Mahasiswa yang diteliti adalah mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2008 sampai dengan 2010 atau yang sudah cukup memahami hubungan akuntansi dengan kewirausahaan.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* (Umar, 2001) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Pengambilan sampel yang dapat ditolerir ditentukan 10 persen, karena tingkat kepastian di bidang sosial adalah relatif, tidak seperti gejala kealaman (Umar, 2001).

B. Metode Analisis

Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1) Permodalan (X_1)

Sebelum menjalankan sebuah usaha, sangat penting untuk mengetahui seberapa besar modal usaha yang dibutuhkan. Modal disini mencakup anggaran biaya serta analisis ekonomi dari bisnis tersebut dan segala modal yang dimksudkan. Mulai dari peralatan dan perlengkapan yang

dibutuhkan, besarnya dana yang dibutuhkan untuk mendukung kemajuan usaha. (Fahmi Kurnia, 2012)

Sesungguhnya ada tiga jenis modal yang digunakan dalam membangun sebuah usaha, yaitu: Modal Investasi awal. Modal Kerja dan Modal Operasional (Abdurrahman).

2) Pemahaman ilmu akuntansi (X_2)

Akuntansi sendiri adalah merupakan suatu proses yang mengidentifikasi data keuangan, pencatatan, dan sebagai hasil akhirnya, laporan keuangan. Pengetahuan akuntansi sangat diperlukan oleh manajer atau pemilik perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan. Motivasi untuk mempelajari tentang pengetahuan akuntansi akan meningkatkan pemahaman manajer atau pemilik dalam menerapkan akuntansi dalam perusahaan. (Bedard & Chi; 1993. Libby; 1993. Spilker; 1995)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Berwirausaha (Y), Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang mendorongnya untuk memperoleh sesuatu atau untuk mencapai suatu tujuan, sehingga minat mengandung unsur keinginan untuk mengetahui dan mempelajari dari sesuatu yang diinginkannya itu sebagai kebutuhannya. Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.

C. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Validitas

Yaitu menguji keakuratan instrument (pertanyaan) yang digunakan dalam penelitian. Pengukuran validitas menggunakan teknik *corrected item-total correlation*, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap item dengan skor totalnya. Uji validitas menggunakan statistik *Product Moment Correlation*.

$$r = \frac{\sum}{\sqrt{\quad}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi item dengan total pertanyaan

n = jumlah responden

x = skor pertanyaan

y = skor total populasi

Tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% atau 0,05 (df = n-2), r_{hitung} yang diperoleh dibandingkan dengan r_{tabel} untuk menentukan validitas kuesioner. Sehingga kriteria pengujian validitas butir kuesioner adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir kuesioner tersebut valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka butir kuesioner tersebut tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Yaitu menguji konsistensi instrument (pertanyaan) yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini reliabilitas diukur melalui pendekatan Realibilitas Konsistensi Internal, yaitu konsep yang menitikberatkan pada konsistensi di antara butir-butir pertanyaan atau pernyataan dalam suatu instrumen (Indriantoro,2002). Teknik pengujian yang digunakan adalah *Cronbach's alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_b^{\,2}}{\sigma^2}\right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen (pertanyaan)

k = Jumlah butir pertanyaan

σ^2 = Varian total

$\sum \sigma_b^{\,2}$ = Jumlah varian butir

Dimana σ^2 diperoleh dengan rumus:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ^2 = Varian total

n = Jumlah responden

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

c) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel penggganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini mengggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan menyebar dengan normal apabila nilai *Kolmogorov-Smirnov* $Z \leq Z$ tabel atau nilai asymp. Sig (2-tailed) > α (Suliyanto, 2005)

d) Uji Multikolinearitas

Uji multikoliearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna variabel independen (Ghozali, 2009). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel salah satunya dengan melihat *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF ≤ 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Suliyanto, 2005).

e) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Park Gleyser*. Dengan menggunakan metode ini, gejala heterokedastisitas akan ditunjukkan dengan koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolute residunya (e), jika nilai probabilitasnya > α atau t hitung ≤ t tabel maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heterokedastisitas.

f) Uji Linearitas

Pengujian linearitas ini dilakukan untuk emngetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Asumsi linearitas terpenuhi jika dalam uji *Mackinson-White-Davidson (MWD) test* (Suliyanto, 2011).

Kriteria pengujian:

a) Model dikatakan linear jika nilai Sig. Variabel Z_1 atau $Z_2 \geq \alpha$

b) Jika Z_1 dan Z_2 linear: model menggunakan persamaan linear

c) Jika Z_1 dan Z_2 non linear: model menggunakan persamaan non-linear

d) Jika salah satu non-linear: model boleh menggunakan persamaan linear atau non-linear.

2. Alat Analisis

Beberapa alat analisis yang digunakan untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini adalah :

a) Analisis Deskriptif

Metode ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa, mengambarkan, dan menafsirkan suatu peristiwa dan tingkah laku dari objek yang diteliti sehingga mudah untuk dipahami.

b) Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen yang diakibatkan oleh variabel independen, bila nilai variabel independen dirubah/ dimanipulasi.Jika dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor yang diteliti, maka alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y= \alpha+\beta_1X_1+\beta_2X_2 +\varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Mahasiswa Berwirausaha

X_1 = Permodalan

X_2 = Pemahaman Ilmu Akuntansi

α = Parameter, yaitunilai variabel Y pada saat seluruh variabel X = 0

β_1,β_2 = koefisien regresi

ε = error

c) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap dependen, yang diukur dengan Adjusted R Square. Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen. Besarnya koefisien determinasi dari angka 0 sampai 1. Jika semakin mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen begitu juga sebaliknya. Proses analisis dengan metode ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS 19.0 for windows*. Sedangkan rumus yang biasa digunakan untuk menghitung koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(\beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y_2)}{\sum Y^2}$$

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Sampel Penelitian

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan di perguruan tinggi, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Pemilihan ini dilakukan karena alasan kemudahan dalam memperoleh data dan waktu yang diperlikan juga menjadi pertimbangan peneliti, mengingat metode penelitian yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner yang membutuhkan waktu cukup lama.

Secara teknis, penyebaran dan pengambilan kuesioner dilakukan pada saat itu juga. Pengisian kuesioner dilakukan secara tatap muka langsung kepada mahasiswa. Hal ini dilakukan supaya mendapatkan data yang benar-benar diisi oleh responden itu sendiri supaya mendapatkan informasi yang benar-benar terjadi.

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa strata satu (S1) jurusan akuntansi angkatan 2008 sampai dengan 2010 atau yang sudah cukup memahami hubungan akuntansi dengan kewirausahaan. Ukuran populasi yang dihitung adalah jumlah dari keseluruhan objek yang karakteristiknya hendak diteliti. Kriteria populasi dalam penelitia ini adalah:

- Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi pada perguruan tinggi negeri Universitas Jenderal Soedirman.
- Mahasiswa yang diteliti adalah mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2008 sampai dengan 2010 atau yang sudah cukup memahami hubungan akuntansi dengan kewirausahaan.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode random. Dalam kasus ini peneliti menggunakan 93 sampel untuk memwakili populasi di atas. Jumlah itu diambil dari perhitungan menggunakan rumus slovin

$$n = \frac{458}{1 + 158\,(0{,}1)^2}$$

n = 82,07 dibulatkan menjadi 83

Jadi, minimal sampel yang dibutuhkan sebesar 83.

Berikut ini ditampilkan data-data hasil dari penyebaran sampel:

Dari tabel di atas dapat kita lihat persebaran kuesioner yang terjadi. Pada angkatan 2008 total sampel sebesar 17. Hal ini disebabkan karena jumlah mahasiswa pada angkatan 2008 sudah banyak berkurang sekitar 50% yaitu sekitar 75 mahasiswa. Jadi sampel yang diambil pun lebih sedikit dari angkatan lain. Jumlah 17 terdiri dari 12 mahasiswa laki-laki dan 5 mahasiswa perempuan. Sedangkan pada angkatan 2009, total sampel sebesar 36 mahasiswa yang terdiri dari terdiri dari 25 mahasiswa laki-laki dan 11 mahasiswa perempuan. Sedangkan pada angkatan 2010 total sampel sebesar 40 mahasiswa yang terdiri dari terdiri dari 26 mahasiswa laki-laki dan 14 mahasiswa perempuan. Sampel tersebut di ambil secara acak sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan dan dengan melakukan wawancara lisan sebelumnya.

B. Deskripsi Variabel

Penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen yaitu permodalan dan pemahaman akuntansi dan 1 variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dibawah ini akan disajikan hasil dari persebaran kuesioner sesuai dengan tabulasi data.

Dari atas dapat diketahui jawaban responden terhadap variabel permodalan. Dapat terlihat bahwa 25% menjawab sangat setuju dan lebih dari 50% menjawab setuju. Hal itu menunjukan bahwa lebih dari 75% responden menyetujui bahwa permodalan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

C. Analisis Data dan Pembahasan

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan teknik *product moment*, variabel dinyatakan valid apabila item menghasilkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach's alpha* dengan kriteria item kuesioner dinyatakan reliable apabila *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,374. Berikut disajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas terhadap 30 responden uji coba.

Memahami akuntansi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat untuk berwirausaha. Hal itu dapat dilihat dari tabel jawaban responden terhadap variabel pemahaman akuntansi (tabel 3) bahwa 23.23% menjawab sangat setuju dan 54,86% menjawab setuju.

Dari data di atas dapat dilihat jawaban sangat setuju sebanyak 283 atau 30,43%, setuju 432 atau 46,45%, ragu-ragu 106 atau 11,40%, tidak setuju 102 atau 10,97% dan sangat tidak setuju 7 atau 0,75%. Jadi lebih dari 70% menyetujui pertanyaan yang ada.

Item pertanyaan berkaitan dengan permodalan meliputi pertanyaan mengenai berbagai jenis modal yang dibutuhakan seperti modal investasi awal, modal kerja, modal operasional. Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan permodalan valid, karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,374. Item pertanyaan permodalan juga dinyatakan reliable karena nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,374 yaitu sebesar 0,912.

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada variabel pemahaman ilmu akuntansi juga menunjukan bahwa seluruh item pertanyaan pemahaman ilmu akuntansi valid, karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,374. Item pertanyaan pemahaman ilmu akuntansi juga dinyatakan reliable karena nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,374 yaitu sebesar 0,752.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa *(ordinary least square/* OLS*)* merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*best linear unbias estimator*/ BLUE):

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil analisi dengan bantuan *software SPSS 17.0 for Windows* (lihat pada lampiran 4), dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* untuk *unstandardized variable* sebesar 0.497 dengan nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.966 lebih besar dari nilai α yaitu 0.05, sehingga data yang digunakan berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinearitas

Dari hasil perhitungan Uji Multikolinearitas menggunakan metode *Variance Influence Factor,* diketahui nilai VIF variabel X_1, dan X_2 masing-masing sebesar 1,091 dan 1.091. Dengan melihat VIF masing-masing variabel bernilai <10, maka model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinearitas. (lihat pada lampiran 4)

b. Uji Heteroskedastisitas

Dengan menggunakan uji Park Gleyser, yaitu dengan membuat model regresi yang menunjukkan hubungan antara nilai absolute residual (e) sebagai variabel *dependent* (Y) dengan variabel *independent*-nya (X_1 dan X_2). Dari hasil perhitungan uji parsial diperoleh nilai signifikansi t_{hitung}variabel X_1 sebesar 0,546 dan X_2 sebesar 0,152. Berarti model yang digunakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas karena niai sig. masing-masing variabel > 0,05.

c. Uji Linearitas

Berdasarkan hasil Uji *Mackinson White Davidson* (MWD) menggunakan software SPSS v19.0 (lihat pada lampiran 4), menghasilkan nilai sig. Z_1 sebesar 0,500 > nilai α (0,05) yang menunjukan gejala linier

dan nilai sig. Z_2 sebesar 0,450 > nilai α (0,05) yang menunjukan gejala nonlinier. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model dapat menggunakan regresi linear maupun nonlinier.

3. Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS v19.0 Kemudian hasil tersebut diringkas menjadi seperti yang tertera pada dibawah ini.

Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

no	variabel	Koefisien regresi	Z_{hitung}
1	permodalan	0,214	3,577
2	Pemahaman ilmu akuntansi	0,470	3,083

Konstanta = 17,095
Koefisien determinasi = 0,241
F_{hitung} = 15,634
$Y= 17,095 + 0,214X_1 + 0,152X_2$

Berdasarkan tabel di atas, dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

b. Koefisien Determinasi

Melalui perhitungan statistik diperoleh koefisien determinasi (*adjusted* R^2) sebesar 0,241, artinya adalah bahwa 24,1 persen naik turunnya minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman dapat dijelaskan oleh permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi, sedangkan sebesar 75,9 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Pengaruh Secara Simultan dengan Uji F

Berdasarkan hasil perhitungan uji F dengan tingkat kesalahan (α) = 0,05 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,634 (lihat pada lampiran 5) sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,100. Karena nilai F_{hitung} > F_{table} maka secara keseluruhan (simultan) variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Secara grafik digambarkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh secara keseluruhan dengan uji F dimana diketahui nilai F_{hitung} lebih besar daripada $F_{tabel.}$ Sedangkan nilai sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian, maka **hipotesis pertama** yang menyatakan bahwa permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara keseluruhan (*simultan*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman **diterima**.

b. Analisis Pengaruh Secara Parsial dengan Uji z

Untuk mengetahui pengaruh permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha secara parsial digunakan uji z. Dari hasil analisis dengan menggunakan tingkat kesalahan (α) = 0,05 diperoleh perhitungan sebagai berikut:

a. Nilai signifikansi permodalan sebesar 0,001 (sig.z < sig. α)

b. Nilai signifikansi pemahaman ilmu akuntansi sebesar 0,003 (sig.z < sig. α)

Karena nilai variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi masing-masing kurang dari dari sig. α, maka secara parsial variabel permodalan maupun pemahaman ilmu akuntansi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka:

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman **diterima. Hipotesis ketiga** yang menyatakan bahwa variabel permodalan memberikan pengaruh paling besar terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman **diterima.**

5. Pembahasan

Hasil pengujian **hipotesis pertama** menunjukkan bahwa variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara keseluruhan (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman. Ini membuktikan, dengan adanya ketersediaan modal dan pemahaman ilmu akuntansi yang cukup maka akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Adi Sukma (2011) yang menerangkan bahwa secara keseluruhan (simultan) terdapat pengaruh yang positif antara faktor pemahaman dan modal berwirausaha dalam mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa.

Hasil pengujian di atas juga sejalan dengan penelitian Muladi Wibowo (2011) yang menunjukan bahwa faktor kesiapan instrumen (di antaranya kesiapan pemahaman dan kesiapan modal) secara keseluruhan (simultan) mempunyai pengaruh terhadap minat siswa untuk berwirausaha.

Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia dan pengawasan.

Hal ini dapat menjadi dasar bagi universitas bahwa sebenarnya banyak mahasiswa yang ingin menjadi wirausaha. Hanya keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman tentang dunia wirausaha (salah satunya pemahaman ilmu akuntansi) membuat minat mahasiswa menjadi menurun.

Hasil pengujian **hipotesis kedua** menunjukkan bahwa variabel permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Adi Sukma (2011) yang menerangkan bahwa secara parsial juga terdapat pengaruh yang positif antara faktor pemahaman dan modal berwirausaha dalam mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa.

Permodalan dan pemahaman akuntansi mempunyai pengaruh dalam memulai usaha. Berdasarkan hasil di atas, secara tidak disadari dengan mempelajari akuntansi akan menimbulkan minat untuk berwirausaha karena ilmu akuntansi memiliki hubungan dengan wirausaha. Untuk memproyeksi besarnya laba dan anggaran biaya yang dikeluarkan. Ilmu akuntansi dapat mendukung kemajuan usaha. Banyak mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman yang ingin menjadi wirausaha, hanya ketiadaan modal lah yang menghambat mereka menjadi wirausahawan.

Dalam pembahasan di atas membuktikan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap minat untuk berwirausaha. Dengan ketiadaan modal, maka tidak bisa untuk memulai usaha sehingga minat menjadi wirausaha pun menjadi menurun. Sebenarnya banyak cara yang dapat ditempuh untuk mencari modal itu, salah satunya melalui universitas. Banyak program yang ditawarkan oleh universitas antara lain PKMK, PMW, dan IBK. Namun banyak mahasiswa khususnya mahasiswa akuntansi yang tidak mengetahui adanya program-program itu.

Hasil pengujian **hipotesis ketiga** menunjukkan bahwa variabel permodalan memberikan pengaruh paling besar terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman. Ini menunjukan bahwa salah satu yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha adalah modal itu sendiri. Walaupun masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi. Tetapi berdasarkan hasil di atas, permodalan lah yang mempunyai pengaruh yang cukup tinggi terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha..

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Adi Sukma (2011) yang menerangkan bahwa faktor kepercayaan diri merupakan faktor yang paling

dominan dalam mempengaruhi minat berwirausah pada mahasiswa.

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

1. Kesimpulan

a. Permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara keseluruhan (*simultan*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.

b. Permodalan dan pemahaman ilmu akuntansi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.

c. Permodalan memberikan pengaruh paling besar terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman.

2. Implikasi

a. Bagi Universitas Jenderal Soedirman sebaiknya lebih memfasilitasi mahasiswanya agar minat untuk menjadi wirausaha dapat muncul. Diantaranya dengan memberikan mata kuliah yang mempelajari tentang dunia kewirausahaan itu sendiri dan juga mempermudah mahasiswa dalam mencari modal usahanya.

b. Bagi mahasiswa perlu memperdalam tentang dunia wirausaha agar mengerti seperti apa dunia usaha yang sesungguhnya. Selain itu jika tidak memiliki modal, perlu lebih giat untuk mencari modal,tidak hanya melelui universitas saja tetapi juga melalui perusahaan-perusahaan lain yang memiliki program pemberian modal.

3. Keterbatasan Penelitian

a. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Jenderal Soedirman, diharapkan pada penelitian mendatang dapat meneliti pada semua jurusan agar hasilnya lebih baik lagi.

b. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel untuk menganalisis minat berwirausaha. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambah variabel untuk dapat menguji dengan lebih baik mengenai hubungan variabel-variabel dengan minat mahasiswa untuk berwirausaha

DAFTAR PUSTAKA

Bramastuti, Novia. 2009. *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwiraswasta Siswa Smk Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*.

Buchari Alma. 2010. *Kewirausahaan*. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.

----------. 2007. *Pengantar Bisnis*. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.

Dan Steinhoff. 1979. *The World of Business*. Mc Graw Hill Book Coy.

D. W. Fryer. 1965. *Word Economic Development United States Of America*. Mc Grow Hill.

E. B. Hurlock. 1993. *Psikologi Perkembangan Edisi ke-5*. Jakarta. Erlangga.

Firda, Aldino Rama. 2011. *Pengaruh Motivasi , Self Efficacy Dan Locus Of*
Control (LOC) Terhadap Minat Berwirausaha
(Studi Pada Siswa SMK Kota Padang).
Fryer, Wesley. 2001. *Strategy For Effective Elementary Technology Integration*.
Geofrey G. Meredith et al. 1992. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Seri Manajemen No. 97. PT Pustaka Binaman Pressindo.
Ghozali, Imam. 2009. *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Hisrich, Robert D and Peters M. P. 1995. *Entrepreneurship*. Irwin. Chicago
Hisrich, Robert D, Michael P. Peters and Dean A. Shephered. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta. Salemba Empat.
Hurlock. 1980. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta. Erlangga.
Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta. Salemba Empat.
Indarti, Nurul dan Rostanti Rokhima. 2008. *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol 23 No 4.
Indarti, Nurul. 2007. *Entrepreneurship dan Usaha Kecil & Menengah di Indonesia*. Yogyakarta. Ardana Media, ISBN 979111890-2.
Iqbal, Muhamad. 2011. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan PPAk: Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang. (Tidak dipublikasikan).
Kao, Raymond Russel M. Knight. 1987. *Entrepreneurship and New Venture Management*. Prentice-Hall Canada. Scarborough, Ontario.
Kartono. 1995. *Psikologi Umum*. Bandung. Mandar Maju.
---------. 1994). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta. Rajawali Pers.
Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis. Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
Smith, Adam. 1776. *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*.
Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian.* Alfabeta. Bandung.
Suharti,Lieli dan Hani Sirine. 2011. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga).*
Sukma, Abdurrahman Adi. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Di Universitas Gunadarma Dalam Berwirausaha.*
Suliyanto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia. September 2005.
---------. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*.
Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi : Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
Tarmudji, Tarsis. 1996. *Prinsip - Prinsip Wirausaha*. Yogyakarta. Liberty.
Umar, Husein. 2001. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*

Bisnis. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
Wang, Clement K. and Poh-Kam Wong. 2004. *Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore.*
Weston J Fred dan Thomas E Copeland. 1999. *Manajemen Keuangan,* Edisi Kedelapan Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
Wibowo, Muladi. 2011. *Pengaruh Faktor Internal, Faktor Eksternal, Faktor Pembelajaran Dan Kesiapan Instrumen Terhadap Minat Siswa Untuk Berwirausaha*.
Wiratno, Masykur. 1992. *Ekonomimanajerial*. Yogyakarta. Media Widya Mandala.
---------. 1996. *Pengantar Kewiraswastaan*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
Zimmerer, Thomas W and Norman Scarborough. 1996. *Entrepreneurship The New Venture Formation*. Prentice-Hall International. Inc.
---------. 1996. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil Edisi 4*. Indeks.

APPLICATION OF "CLOUDS COMPUTING" IN SMES SIMPLE ACCOUNTING PROCESS FOR EFFECTIVE AND EFFICIENT EFFORTS TO PENETRATE GLOBAL MARKETS

Erna Lovita
E-mail : erna_lovita@yahoo.com
[1)]Lecturer in Accounting Information Systems STIE Indonesia

ABSTRACT

This paper examines the application of "Clouds Computing" for the preparation of simple accounting reports of a SME. The application of clouds computing in this case using Google Spreadsheet. Use of Google Spreadsheet has advantages other than their low and sometimes free cost its also can be accessed collaboratively as an efforts of the SMEs to doing accounting process rapidly, accurate and transparent. The ability to be accessed from anywhere is also a distinct advantage of Google Spreadsheets.

But most important of all these advantages, an SME can implement an accounting information system like a great company with a very low cost. So that data can be updated immediately, from inventory management, accounts receivable and payable even application of depreciation for fixed assets. For this reason SMEs need to gain strength in understanding the role and benefits of Internet-based

information technologies as a means maximum utilization of the information technology to penetrate the global market.

Keywords: *cloud computing, accounting using spreadsheets, google spreadsheets, accounting for SMEs*

ABSTRAK

Paper ini mengkaji penerapan "Clouds Computing" untuk penyusunan laporan akuntansi sederhana sebuah UKM. Penerapan clouds computing dalam hal ini memanfaatkan Google Spreadsheet. Pemanfaatan Google Spreadsheet memiliki keunggulan selain biayanya yang murah bahkan gratis juga dapat diakses secara kolaboratif sehingga memungkinkan upaya para pengurus atau pelaku UKM dalam melakukan proses akuntansi yang cepat, akurat dan transparan. Kemampuan untuk dapat diakses dari mana saja yang dimiliki Google Spreadsheet juga menjadi keunggulan tersendiri. Namun yang terpenting dari semua keunggulan tersebut, sebuah UKM dapat menerapkan sistem informasi akuntansi layaknya sebuah perusahaan besar dengan biaya yang sangat murah. Sehingga data dapat segera di update, mulai dari persediaan, manajemen piutang dan hutang bahkan penerapan depresiasi untuk aktiva tetap. Untuk alasan tersebut UKM perlu mendapatkan penguatan dalam pemahaman peran dan manfaat teknologi informasi yang berbasis internet sebagai upaya pemanfaatan yang maksimal terhadap teknologi informasi untuk menembus pasar global.

Kata kunci : komputasi awan, akuntansi menggunakan spreadsheet, google spreadsheet, akuntansi untuk UKM

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia tidak sepesat pertumbuhan UKM di negara maju. Pertumbuhan di Indonesia masih sangat lambat, hal ini ditunjukkan oleh beberapa penelitian, bahwa salah satu syarat bangsa yang mandiri adalah mempunyai jumlah pengusaha (entrepreneur) sebanyak minimal 2% dari total jumlah penduduk. Jadi jika jumlah penduduk Indonesia sekarang mencapai 250 juta orang, minimal jumlah pengusaha harus 5 juta orang. Kenyataannya, baru mencapai 0,18% atau hanya sekitar 450 ribu orang (Juniati, 2009). Kesimpulannya, menurut teori ini, dibutuhkan sekitar 4,5 juta pengusaha lagi agar Indonesia bisa disebut sebagai bangsa mandiri.

Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak menentu, membuat usaha kecil menengah menjadi wahana yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif karena proses produksi dalam industri-industri berskala kecil dan menengah pada umumnya bersifat padat karya. Hal itu dinyatakan pula dalam studi empirik tentang UKM (Wulan, Nindita, 2007) bahwa peranan UKM

dalam perekonomian Indonesia dapat dilihat dari kedudukannya pada saat ini dalam dunia usaha. Adapun kedudukan UKM dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kedudukan UKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor.
b. Penyedia Lapangan kerja terbesar
c. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi daerah dan pemberdayaan masyarakat
d. Pencipta pasar baru dan inovasi
e. Untuk UKM yang sudah go Internasional UKM memberikan sumbangan dalam menjaga neraca pembayaran melalui sumbangannya dalam menghasilkan ekspor.

Namun kenyataan yang ada justru menunjukkan bahwa pertumbuhan UKM di Indonesia sebagaimana dipaparkan di atas, sangat lambat. Hal ini disinyalir karena kendala utama sebagian besar UKM yaitu keterbatasan modal. Untuk itu UKM memerlukan bantuan dana untuk kelanjutan usahanya. Pada dasarnya Pemerintah telah memberikan respon positif dengan melakukan pemberian bantuan dana ke UKM baik melalui BUMN ataupun lembaga pembiayaan seperti bank, namun masalah berikutnya adalah tidak semua UKM yang ada mendapatkan bantuan dana. Hal ini disebabkan UKM yang mengajukan pinjaman dana tidak dapat memenuhi semua syarat peminjaman. Salah satu syarat peminjamannya adalah melampirkan laporan keuangan tahunan dari UKM tersebut. Selama ini banyak UKM tidak mampu mengakses pembiayaan dari perbankan karena mereka tidak auditable dan bankable. Dengan kata lain mereka tidak mampu memenuhi persyaratan perbankan untuk mendapatkan pinjaman. Selain persyaratan laporan keuangan yang standar, juga pentingnya persyaratan pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai dengan Peraturan Perpajakan yang berlaku. Disamping itu pengusaha tidak memiliki kemampuan menyusun proposal bisnis yang representatif dan memenuhi syarat kelayakan usaha. Sebuah UKM membutuhkan ketrampilan pembukuan dan akuntansi yang mudah aplikasinya guna membuat laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) ETAP 2011 dan keterampilan memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan Undang-undang Perpajakan (KUP, PPh dan PPN), serta ketrampilan menyusun proposal bisnis.

Dalam praktek kekinian, proses pencatatan akuntansi dan pelaporan pajak UKM tidak perlu dilakukan secara manual, melainkan dapat menggunakan program komputerisasi yang didukung tehnologi informasi sehingga sangat mudah diaplikasikan, dan yang terpenting sangat efisien.

Sebagaimana tentu telah diketahui oleh semua kalangan bahwa laporan keuangan memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis, termasuk UKM. Beberapa ahli sering mengibaratkan laporan keuangan dengan berbagai perumpamaan. Laporan Keuangan yang terdiri dari Neraca, Laporan Laba Rugi dan Laporan Arus Kas,

oleh sebagian kalangan wirausahawan diistilahkan sebagai Permadani Ajaib. Permadani Ajaib mengandung makna, bahwa dengan sebuah laporan keuangan akan mampu membawa seorang wirausahawan ke dalam seluk beluk usaha manapun, real estate manapun dan negeri manapun di dunia ini. Atau seorang wirausahawan dapat tetap duduk di belakang meja namun ia dapat melihat dan melakukan begitu banyak keputusan bisnis di bagian manapun bagian di dunia ini tanpa secara fisik hadir dalam bisnis itu. Sebagian yang lain mengumpamakan seperti masker selam yang sangat berguna untuk langsung melihat ke bawah permukaan air. Dengan laporan keuangan, memungkinkan seorang wirausahawan melihat dengan jelas apa yang sedang terjadi dibawah permukaan air. Sehingga seorang wirausahawan dapat menangkap peluang bisnis yang terdapat di bawah permukaan air sekalipun. Laporan keuangan juga sering diibaratkan sebagai mata dengan kekuatan sinar X Superman. Daripada melompati gedung yang tinggi, orang yang paham keuangan bisa melihat apa yang terjadi dibalik dinding-dinding tebal suatu bangunan. Meningkatkan pengetahuan keuangan seorang wirausahawan mengurangi resiko bisnis dan meningkatkan tingkat pengembalian investasinya (return).

Umumnya kendala yang ada bagi UKM dalam menerapkan proses akuntansi adalah keterbatasan tenaga akuntansi dan perangkat dokumentasi/ media untuk melakukan pencatatan secara rutin dan terus menerus sehingga informasi keuangan selalu terkini (update). Data stok persediaan diperlukan untuk menentukan kapan dan berapa tingkat pembelian harus dilakukan, data jumlah dan jatuh tempo piutang per debitur digunakan untuk melakukan analisa kredit sehingga mengurangi besarnya resiko piutang tak tertagih, demikian pula data jumlah dan jatuh tempo hutang per kreditur diperlukan untuk memanfaatkan periode potongan tunai dan melakukan pembayaran tepat waktu dalam rangka mempertahankan kredibilitas terhadap pemasok. Serta data akuntansi lain seperti aktiva tetap dan penyusutannya, beban terhutang dan sebagainya.

Berdasarkan paparan di atas maka tulisan ini difokuskan untuk memberikan suatu gagasan bagi para pengusaha UKM bagaimana menerapkan suatu proses akuntansi sederhana dengan memanfaatkan tehnologi informasi yang murah.

Penerapan Google Spreadsheet yang berbasis Cloud Computing merupakan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan UKM tersebut. Sehingga sebuah UKM dapat memiliki sebuah sistem informasi akuntansi layaknya sebuah perusahaan besar, dalam rangka menghasilkan laporan keuangan yang sesuai dengan standar. Dengan demikian kesulitan yang selama ini dialami oleh sebuah UKM terkait dengan laporan keuangan dapat teratasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dinyatakan dalam pasal 1 bahwa :

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi criteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaiman diatur dalam Undang-undang ini ;

Menurut Pasal 5 ayat 1, kriteria usaha kecil adalah :

1. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah). Tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha, atau
2. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000(satu miliar rupiah)
3. milik WNI
4. berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha bersama.
5. berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Beberapa batasan/kriteria Usaha Kecil Menengah

Institusi	Skala Usaha	Keterangan Kriteria
Undang-undang No. 9/1995 tentang usaha kecil	Kecil	Aset ≤ Rp 200 juta diluar tanah dan bangunan Omzet tahunan ≤ Rp 1 Milyar Dimiliki oleh orang Indonesia Independen, tidak terafiliasi dengan usaha menengah-besar Boleh berbadan hukum, boleh tidak
Badan Pusat Statistik (BPS)	Mikro	Pekerja < 5 orang termasuk tenaga keluarga yang tidak dibayar
	Kecil	Pekerja 5-19 orang
	Menengah	Pekerja 20-99 orang
Menneg Koperasi & PKM	Kecil (UU No. 9/1995)	Asset ≤ Rp 200 juta diluar tanah dan bangunan Omzet tahunan ≤ Rp 1 Milyar
	Menengah	Asset Rp 200 juta – Rp 10 Milyar

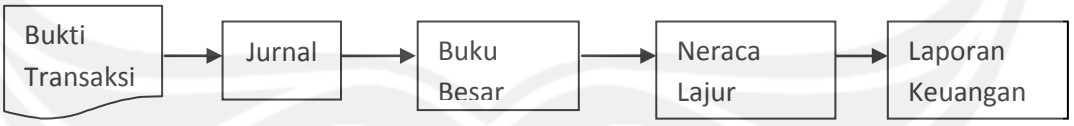
Sumber:http://www.menlh.go.id/usaha-kecil/top/kriteria.htm

Salah satu definisi akuntansi adalah suatu proses mencatat, mengklasifikasikan, meringkas, mengolah dan menyajikan data, transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan oleh orang yang menggunakannya dengan mudah dimengerti untuk pengambilan suatu keputusan serta tujuan lainnya. Output dari akuntansi adalah laporan keuangan yang terdiri dari Laporan Posisi Keuangan, Laporan Ekuitas Pemilik, Laporan Laba Rugi dan Laporan Arus Kas (Sofyan Syafri Harahap, 2011). Laporan dapat bersifat periodik dan ada juga yang bersifat suatu waktu tertentu saja. Jadi jelas dalam hal ini bahwa akuntansi adalah suatu proses atau transformasi data akuntansi menjadi informasi akuntansi atau laporan keuangan. Proses transformasi data akuntansi menjadi informasi akuntansi dilakukan dengan melalui beberapa tahap sehingga tahapan tersebut menjadi suatu siklus yang disebut siklus akuntansi.

Penerapan siklus akuntansi disini akan menggunakan program aplikasi spreadsheet dari Google yang berbasis internet. Sehingga secara sederhana siklus akuntansi dengan spreadsheet dapat digambarkan sebagai berikut :

PROSES AKUNTANSI

Manual Manual Komputerisasi Komputerisasi Komputerisasi

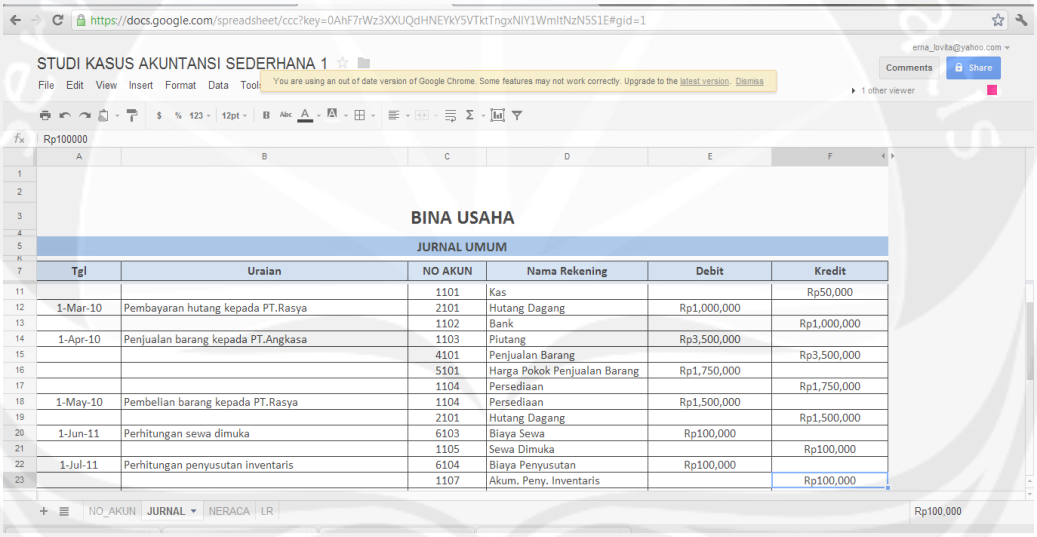


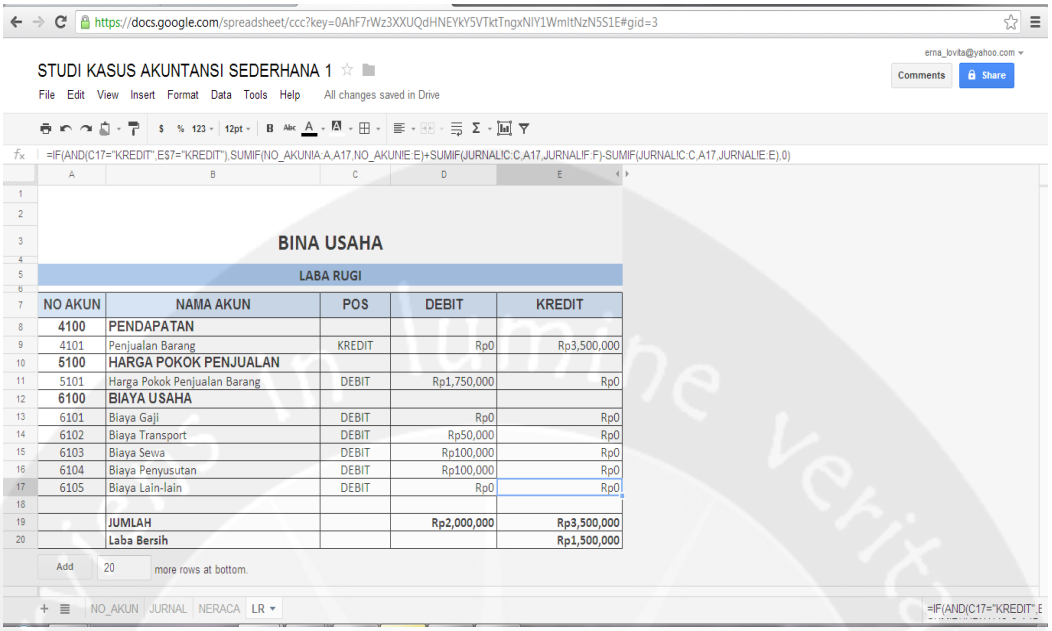
Alasan penulis menggunakan aplikasi spreadsheet dari Google yang berbasis internet karena program ini sudah sangat familiar di kalangan umum, staf akunting /keuangan seringkali bekerja dengan spreadsheet khususnya Microsoft Excel. Penerapan akuntansi menggunakan spreadsheet cepat dan akurat. Penerapannya pun sangat sederhana dan hanya dibutuhkan pemahaman dasar akuntansi serta dapat mengoperasikan spreadsheet semisal Microsoft Excel 2010.

Komputasi awan (cloud computing) adalah suatu gabungan pemanfaatan teknologi komputer ('komputasi') dan pengembangan berbasis Internet ('awan'). Awan (cloud) adalah metafora dari internet, sebagaimana awan yang sering digambarkan di diagram jaringan komputer. Sebagaimana awan dalam diagram jaringan komputer, awan (cloud) dalam Cloud Computing juga

merupakan abstraksi dari infrastruktur kompleks yang disembunyikannya (Wikipedia). Cloud Computing adalah suatu metoda komputasi di mana kapabilitas terkait teknologi informasi disajikan sebagai suatu layanan, sehingga pengguna dapat mengaksesnya lewat Internet ("di dalam awan") tanpa mengetahui apa yang ada didalamnya, atau memiliki kendali terhadap infrastruktur teknologi yang membantunya.

Penerapan Cloud Computing dengan Google Spreadsheet memerlukan dukungan jaringan internet yang baik. Dengan demikian setiap transaksi akuntansi dapat langsung dientry dengan membuka Google Document. Selanjutnya pemprosesan transaksi akan dapat dilakukan sebagaimana menerapkan Microsoft Excel untuk akuntansi. Bagi UKM penerapan proses akuntansi seperti ini pada dasarnya sudah memadai. Sudah dapat memenuhi kebutuhan akan informasi akuntansi, mulai dari persediaan, piutang, hutang bahkan aktiva tetap.





Adapun penerapan Cloud Computing dengan Google Spreadsheet memberikan banyak kemudahan dan kelebihan ketika diterapkan pada UKM.

Google Spreadsheet dari Google merupakan bagian dari Google Document, Google Document adalah fasilitas gratis aplikasi pengolahan kata, spreadsheet, presentasi, olah gambar dan pembuatan formulir. Kelebihan Google Spreadsheet adalah :

Pertama, UKM tidak perlu menginstall perangkat komputernya dengan software aplikasi khusus lainnya sehingga tentunya memberikan kemudahan dan efisiensi. Google Spreadsheet merupakan fasilitas dari google yang dapat digunakan secara gratis, sepanjang ada jaringan internet. Penggunaannya tidak berbeda dengan program spreadsheet yang sangat populer Microsoft Excel 2010.

Kedua, data akuntansi dapat di input dari mana saja serta memungkinkan untuk di share ke beberapa pengguna dengan batasan otorisasi yang dapat diatur sesuai keperluan pengguna. Dengan demikian penginputan data transaksi dapat dilakukan setiap saat, sehingga data akuntansi pun dapat di update. Hal itu berarti pihak-pihak terkait dalam UKM sesuai batasan akses yang dimiliki dapat mengetahui informasi terkini, mulai dari persediaan sehingga keputusan penjualan ataupun pembelian dalam jumlah yang optimal dapat segera dilakukan. Demikian pula dengan data piutang yang ter update dapat digunakan untuk memutuskan kebijakan yang terkait dengan debitur secara tepat. UKM pun dapat memanfaatkan data supplier untuk menentukan supplier yang kompetitif serta memanfaatkan periode potongan tunai bila data hutang selalu di update.

Ketiga, data akuntansi yang diolah di Google Spreadsheet tersimpan di server Google secara aman sehingga UKM tidak perlu direpotkan dengan

kebutuhan kapasitas memori, virus yang mengganggu serta kemungkinan pencurian data.

Berdasarkan paparan diatas tentang kelebihan Cloud Computing dengan Google Spreadsheet setidaknya dapat menjadi solusi yang tepat bagi UKM. Selama ini diketahui bahwa UKM pada dasarnya bukan "tidak mau" melainkan "tidak mampu" untuk menerapkan akuntansi berbasis IT karena biaya investasinya yang cukup mahal. Sebuah program aplikasi akuntansi sederhana saja memiliki harga kisaran awal Rp 5 jutaan, belum lagi biaya pelatihannya. Demikian pula dengan perangkat komputer (*hardware*) dan jaringan memerlukan biaya yang tidak sedikit meliputi, biaya perangkatnya, biaya instalasinya dan biaya perawatannya. Sedangkan dengan pemanfaatan *Cloud Computing* banyak komponen biaya diatas bisa di pangkas.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan diatas maka dapat diambil kesimpulan, bahwa :

1. Pertumbuhan UKM yang masih lambat di Indonesia dapat ditingkatkan dengan adanya peran aktif dari berbagai pihak, dengan bentuk meningkatkan pengetahuan dari para wirausahawan mulai dari akuntansi sampai tehnologi informasi. Dukungan pemerintah pun diperlukan dalam bentuk penyediaan infrastruktur jaringan internet yang murah.
2. Penerapan Cloud Computing dengan Google Spreadsheet pada UKM akan memungkinkan sebuah UKM memiliki laporan keuangan yang andal sehingga akan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang tepat dari wirausahawannya. Hal itu akan mendukung pertumbuhan UKM semakin cepat.
3. Perlunya dilakukan sosialisasi secara terus menerus dan berkelanjutan bagi UKM-UKM, tentang pentingnya penerapan akuntansi yang berbasis tehnologi informasi pada era kini. Sehingga para wirausahawan menjadi'melek' IT dan mampu menerapkannya tanpa harus mengeluarkan biaya yang mahal.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar Arif., dan Wibowo. 2005. Akuntansi untuk Bisnis Usaha Kecil dan Menengah. PT Grasindo : Jakarta

Heri Hidayat. 2010. Aplikasi Akuntansi Dengan Excel. Penerbit Dunia Komputer. Jakarta

Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuanga (SAK). Penerbit Salemba Empat : Jakarta.

id.wikipedia.org/wiki/komputasi awan

Juniati . 2010. Tantangan Pertumbuhan UMKM.

Sofyan Syafri Harahap. 2011. Teori Akuntansi. PT RajaGrafindo Perkasa : Jakarta.

Undang-Undang No. 9 tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, 1995/1996.

Wulan, Nindita, "Studi Empiris Penerapan Akuntansi UKM Depok", 2007

www.smecda.com/.../BERITA%20KUKM/get8.asp

ANALYSIS THE DIFFERENCES IN PORTFOLIO PERFORMANCE, BETWEEN PORTFOLIO FROM 12 SHARES LQ45 AND SHARE MUTUAL FUNDS LQ45 BASED ON SHARPE, TREYNOR AND JENSEN METHOD IN THE PERIOD FEBRUARY 2008 – JANUARY 2012

Fahmi Fathurahman[1)]
Kartikawati Danusasmita[1)]
E-mail : fahmifathur@hotmail.co.id
kartikadanusasmita@yahoo.co.id
[1)]Lecturer in Perbanas Institute

ABSTRACT

This study aims to determine the differences in investment performance through the portfolio of shares LQ45 and the mutual funds of shares LQ45. This analysis compares the performance level of risk and return of investment, and demonstrates empirically the difference between the performance of both investments using three methods of performance appraisal, namely Sharpe, Treynor and Jensen method.

The population of this study is a portfolio of 12 shares LQ45 that is selected because the company is listed in the index calculation LQ45 continuously and distribute dividends and mutual funds ETF LQ-45 during the period February 2008 - January 2012. The study results show 12 shares LQ45 portfolio yield rates of return 0.010513849 or 1.05% per month with a variance portfolio of 0.009456123 or 0.95%. While mutual funds ETF LQ-45 yield rates of return 0.006624093 or 0.66% per month with a variance of 0.006470102 or 0.65%.

Based on the three methods of performance appraisal, the portfolio of 12 shares LQ45 have performed better than the performance of mutual funds ETF-LQ45 but the difference was not significant. This means that greater the return gained the greater the risk will be. In addition, the portfolio only able to reduce unsystematic risk, not to eliminate systematic (market) risk.

Keywords: *risk, beta, expected return, and mutual fund portfolio*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan kinerja dalam berinvestasi melalui pembentukan portofolio saham LQ45 dan melalui reksadana saham LQ45. Analisis ini membandingkan kinerja tingkat *risk & return* investasi, serta membuktikan secara empiris adanya perbedaan antara kinerja kedua investasi tersebut menggunakan tiga metode penilaian kinerja, yaitu metode Sharpe, Treynor dan Jensen. Populasi penelitian ini adalah portofolio dari 12 saham-saham LQ45 yang dipilih karena perusahaan tersebut tercatat masuk di dalam perhitungan indeks LQ45 secara terus-menerus dan membagikan dividen serta reksadana ETF LQ-45 selama periode Februari 2008 - Januari 2012. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa portofolio 12 saham LQ45 menghasilkan tingkat *return* sebesar 0.010513849 atau 1,05 % per bulan dengan *variance* portofolio sebesar 0.009456123 atau 0,95 %. Sedangkan reksadana ETF LQ-45 menghasilkan tingkat *return* sebesar 0.006624093 atau 0,66 % per bulan dengan *variance* sebesar 0.006470102 atau 0,65%. Berdasarkan 3 metode penilaian, portofolio 12 saham LQ45 memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan kinerja reksadana ETF-LQ45 tetapi perbedaan tersebut tidak signifikan. Ini berarti bahwa semakin tinggi return yang diperoleh, maka semakin tinggi pula risiko yang dihadapi. Selain itu, portofolio hanya mampu mengurangi risiko tidak sistematik, tetapi tidak mampu menghilangkan risiko sistematik (pasar).

Kata kunci : *risk, beta, expected return,* portofolio dan reksadana

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Investasi pada asset keuangan terutama saham sudah dikenal dan berkembang beberapa tahun terakhir ini. Pada umumnya tujuan investor berinvestasi pada saham adalah mengharapkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi daripada berinvestasi di sektor riil aset maupun pasar uang. Investasi pada saham memang menjanjikan tingkat pengembalian yang lebih tinggi, tetapi perlu diingat bahwa semakin besar tingkat pengembalian, maka risiko-nya akan semakin besar pula. Pada dasarnya semua Investor tidak menyukai risiko tetapi menginginkan tingkat pengembalian yang tinggi. Untuk itulah sebagai seorang investor yang rasional, harus memahami prinsip berinvestasi yaitu bagaimana investasi dapat menghasilkan pengembalian yang optimal pada tingkat risiko tertentu atau tingkat pengembalian tertentu pada risiko yang minimal.

Untuk dapat meminimalkan risiko, biasanya investor malakukan diversifikasi porfolio saham yaitu dengan melakukan investasi pada banyak saham sehingga risiko kerugian pada satu saham dapat ditutup dengan keuntungan pada saham yang lainnya. Investasi pada portfolio dapat dilakukan dengan dua strategi, yaitu strategi pembentukan portofolio sendiri ataupun strategi investasi pada instrumen yang disebutReksadana.

Beberapa penelitian dan studi empiris tentang perbandingan tingkat pengembalian dan risiko antara investasi pada saham secara langsung dan investasi pada Reksadana sudah banyak dilakukan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahman 2003 menyatakan bahwa rata-rata tingkat pengembalian mingguan pada pasar saham tidak berbeda secara signifikan jika dibandingkan dengan tingkat pengembalian Reksadana Saham Megah Capital, sedangkan risiko pasar saham lebih tinggi dibandingkan dengan risiko Reksadana Saham Megah Capital. Studi dari Christianti 2010 menyimpulkan bahwa kinerja Reksadana Schroder Dana Prestasi Plus lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja Indeks Harga Saham Gabungan.

Studi ini bertujuan untuk membuktikan dengan menggunakan uji perbedaan dua rata-rata dan juga tiga metode penilaian kinerja portfolio yaitu metode Sharpe, Treynor dan Jensen, bahwa tidak ada perbedaan kinerja portfolio yang dibentuk sendiri dan kinerja pada Reksadana.

Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada analisis perbedaan kinerja portofolio, antara portofolio yang dibentuk sendiri dari saham-saham yang masuk dalam LQ45, dan Reksadana ETF-LQ45, yaitu reksadana yang terbentuk dari saham-saham yang masuk dalam LQ45. Saham-saham

LQ45 yang dihimpun dalam portfolio adalah saham-saham perusahaan yang masuk dalam perhitungan indeks LQ45 secara terus-menerus dan perusahaan yang membagikan dividen selama periode Februari2008 – Januari 2012.

Perumusan Masalah

1. Berapakah kinerja tingkat risiko dan *return* dari pembentukan portofolio saham-saham LQ45?
2. Berapakah kinerja tingkat risiko dan *return* dari reksadana saham ETF-LQ45?
3. Adakah perbedaan yang signifikan antara kinerja portofoliodan Reksadana ETF-LQ45?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kinerja tingkat risiko dan *return* dari pembentukan portofolio saham - saham LQ45.
2. Menganalisis kinerja tingkat risiko dan *return* dari reksadana saham ETF-LQ45.
3. Membuktikan secara empiris ada perbedaan antara kinerja portofoliodan reksadana saham LQ45.

Manfaat Penelitian

Bagi investor hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi pada asset keuangan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penilitian komparatif yaitu penelitian untuk menguji perbandingan kinerja antar portofolio menggunakan tolak ukur *risk* dan *return* serta metode penilaian kinerja portofolio.

Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan dan pengertian teoretis variabel untuk dapat diamati dan diukur. Dalam penelitian ini definisi operasional yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. *Return* pasar adalah tingkat pengembalian yang diperoleh dari investasi pada saham yang ada di bursa, yang tercermin dari indeks IHSG peridoe bulanan yang diukur dengan persentase (%).

2. *Variance* pasar merupakan tingkat penyimpangan pasar terhadap penyimpangan rata-rata pengembalian saham pasar pada periode tertentu. *Varians* pasar diukur dengan persentase (%).Varian pasar ($\sigma 2$) merupakan kuadrat dari standar deviasi pasar (σ).

3. *Return* bebas risiko Merupakan tingkat pengembalian yang diperoleh dari aktiva bebas risiko. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai tingkat bunga bebas risiko adalah tingkat suku bunga Sertifikat Bank Indonesia (SBI) yang diterbitkan oleh Bank Indonesia periode bulanan dengan ukuran persentase (%).

4. *Return* saham merupakan tingkat keuntungan yang diperoleh dari investasi. Dalam penelitian ini *return* saham merupakan *return* saham-saham sampel LQ 45.

5. Risiko sistematis adalah risiko yang melekat pada investasi dan tidak dapat dihilangkan melalui diversifikasi. Risiko ini lebih dikenal sebagai risiko unik dan merupakan risiko yang berkaitan dengan keadaan bursa secara keseluruhan

yang terjadi karena factor makro seperti inflasi, politik, stabilitas nasional, dan pergantian kepemimpinan nasional. Dalam penelitian ini risiko sistematis ditunjukkan oleh parameter beta yang merupakan rasio antara kovarian *return* saham terhadap *return* pasar.

6. Risiko Tidak Sistematis. Merupakan risiko yang melekat pada investasi tertentu karena kondisi yang khas dari perusahaan itu sendiri dan risiko ini lebih dikenal dengan risiko pasar. Risiko ini dapat dihilangkan atau dikurangi dengan cara diversifikasi. Dalam penelitian ini risiko tidak sistematis dicerminkan dengan *varian*. *Varian* saham merupakan penyimpangan tingkat pengembalian pada penyimpangan rata-rata pengembalian saham yang diukur dengan persentase (%). Varian saham (σ2) merupakan kuadrat dari standar deviasi saham (σ).

7. *Return* portofolio merupakan tingkat keuntungan yang diperoleh dari investasi portofolio yang dibentuk dari saham-saham LQ45.

8. *Variance* portofolio penyimpangan tingkat pengembalian pada penyimpangan rata-rata pengembalian portofolio yang diukur dengan persentase (%).Varian indeks (σ2) merupakan kuadrat dari standar deviasi indeks (σ).

9. R*eturn* reksadana merupakan *return* dari reksadana ETF LQ-45 yang diukur dalam persentase (%).

10. *Variance* reksadana merupakan penyimpangan tingkat pengembalian pada penyimpangan rata-rata pengembalian reksadana yang diukur dengan persentase (%).Varian indeks (σ2) merupakan kuadrat dari standar deviasi indeks (σ).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah portofolio dari saham perusahaan tercatat yang masuk dalam perhitungan indeks LQ45 secara terus-menerus dan perusahaan yang membagikan dividen serta reksadana ETF LQ-45 selama periode Februari 2008 – Januari 2012. Sedangkan sampel dalam penelitian ini, ditetapkan perusahaan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan tercatat yang masuk dalam perhitungan indeks LQ45 secara terus-menerus selama periode Februari 2008 - Januari 2012.
2. Perusahaan yang membagikan dividen selama periode Februari 2008 - Januari 2012.

Penelitian juga dibatasi untuk perusahaan-perusahaan yang membagi dividen selama periode pengamatan. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para investor jangka panjang yang tidak hanya mengharapkan *return* dalam bentuk *capital gain* saja tetapi juga *dividen yield*. Jika pada periode pengamatan terjadi peristiwa-peristiwa lain seperti *Stock Split, Right Issues, Reverse Stock* atau saham baru *listing* maka saham tersebut di *drop out* dari sampel. Pembatasan ini dilakukan untuk menghindari terjadinya perubahan harga saham yang drastis selama periode pengamatan, harga rata-rata dan ketidaklengkapan data.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk memilih sampel tersebut, maka dapat diperoleh

jumlah sampel sebanyak 12 perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Data sejarah singkat perusahaan dan harga saham diperoleh dari *annual report* melalui situs Yahoo.com (http://finance.yahoo.com) serta (http://google.com), reksadana ETF-LQ45 diperoleh dari E-Trading Securities, laporan tingkat Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) didapat melalui situs Online Bank Indonesia (www.bi.go.id), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) didapat melalui situs Yahoo.com (http://finance.yahoo.com).

Teknik Analisis Data

Secara sistematis teknik menganalisis data meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

Portofolio Saham LQ45

1. Menghitung parameter pasar

a. Membagi IHSG bulan bersangkutan dengan IHSG bulan sebelumnya dikurang IHSG bulan sebelumnya, akan didapat *return market.*

$$Rm = \frac{\text{Indeks IHSGt - Indeks IHSGt-1}}{}$$

b. Membagi jumlah *return market* dengan jumlah periode, akan didapat *expected return market.*

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} Rm}{}$$

c. Membagi jumlah *return market* dikurang *expected return* market kuadrat dengan jumlah periode dikurang 1, akan didapat *variance market*.

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} [Rm - E(Rm)]^2}{}$$

d. Mengakarkan *variance market*, akan didapat *standar deviasi market*.

$$\sigma(Rm) = \sqrt{Var\ (Rm)}$$

e. Membagi jumlah suku bunga SBI dengan jumlah periode, akan didapat *risk free* /bulan.

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} Rf}{}$$

2. Menghitung parameter masing-masing saham

a. Membagi *closing price* akhir bulan bersangkutan dengan *closing price* akhir bulan sebelumnya dikurangi *closing price* akhir bulan sebelumnya, akan didapat *return* saham.

$$Ri = \frac{\text{Dt + (Pt - Pt-1)}}{}$$

b. Membagi jumlah *return* saham dengan jumlah periode, akan didapat *expected return* saham.

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} Ri}{}$$

c. Membagi jumlah *return* saham dikurang *expected return* saham kuadrat dengan jumlah periode dikurang 1, akan didapat *variance* saham.

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} [Ri - E(Ri)]^2}{}$$

d. Mengakarkan *variance* saham, akan didapat *standar deviasi* saham.

$$\sigma(Ri) = \sqrt{Var\ (Ri)}$$

3. Membagi jumlah hasil perkalian antara *return* saham dikurang *expected return* saham terhadap *return market* dikurang *expected return market* dengan jumlah periode, akan didapat *Covariance* saham dan pasar.

$$\frac{\sum_{i=?}^{n} [Rm - E(Rm)][Ri - E(Ri)]}{}$$

4. Membagi covariance saham dan pasar dengan variance market, akan didapat beta saham.

$$\beta i = \frac{Cov\ (Ri, Rm)}{}$$

5. Membentuk portofolio saham

a. Membentuk kelas portofolio yang terdiri dari seluruh anggota sample.

b. Menjumlahkan seluruh *return* saham dengan proporsi saham sehingga didapat *return* portofolio

$$E(Rp) = \Sigma\ XiRi$$

c. Menjumlahkan pengkalian proporsi jumlah saham dengan rata-rata *variance* saham dengan pengkalian proporsi jumlah saham dengan rata-rata *covariance* saham sehingga didapat *variance* portofolio.

$$Var\ (Rp) = 1/N \times \text{rata-rata } Var\ (Ri) + (1 - (1/N)) \times \text{rata-rata } Cov\ (Ri,Rm)$$

d. Mengakarkan *variance* portofolio, akan didapat *standar deviasi* portofolio.

$$\sigma(Rp) = \sqrt{Var\ (Rp)}$$

e. Membagi jumlah *beta* saham dengan jumlah saham akan didapat *beta portofolio.*

$$\frac{\sum_{i=?}^{n} \beta i}{}$$

Reksadana ETF LQ-45

1. Membagi *closing price* nilai aktiva bersih akhir bulan bersangkutan dengan *closing price* nilai aktiva bersih akhir bulan sebelumnya dikurangi *closing price* nilai aktiva bersih akhir bulan sebelumnya, akan didapat *return* reksadana.

$$Ri = \frac{Dt + (Pt - Pt-?)}{Pt-?}$$

2. Membagi jumlah *return* reksadana dengan jumlah periode,

akan didapat *expected return* reksadana.

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} Ri}{}$$

3. Membagi jumlah *return* reksadana dikurang *expected return* reksadana kuadrat dengan jumlah periode dikurang 1, akan didapat *variance* reksadana.

$$\frac{\sum_{i=1}^{n} [Ri - E(Ri)]^2}{}$$

4. Mengakarkan *variance* reksadana, akan didapat *standar deviasi* reksadana.

$$\sigma(Ri) = \sqrt{Var\ (Ri)}$$

Penilaian Kinerja Portofolio

1. Pengukuran kinerja portofolio menggunakan metode Excess Return to Variability (Sharpe) yaitu dengan mengurangi *return* portofolio dengan *risk free* kemudian dibagi dengan risiko portofolio.

$$Sharpe = \frac{(Rp - Rf)}{\Sigma p}$$

2. Pengukuran kinerja portofolio menggunakan metode *Excess Return to Beta* (Treynor) yaitu dengan mengurangi *return* portofolio dengan *risk free* kemudian dibagi dengan beta portofolio.

$$Treynor = \frac{(Rp - Rf)}{Bp}$$

3. Pengukuran kinerja portofolio menggunakan *SML Differential Return* (Jensen).

a. Menjumlahkan *risk free* dengan pengurangan *return market* dengan *risk free* dikali dengan beta portofolio sehingga didapat *expected return* SML.

$$E(R)\ SML = Rf + (Rm - Rf) \times \beta p$$

b. Mengurangi *expected return* SML dengan *return* portofolio.

$$Jensen = Rp - E(R)\ SML$$

Uji Hipotesis

Dalam menganalisis perbandingan kinerja portofolio dapat dilakukan dengan uji beda rata-rata lebih dari dua sample untuk data yang tidak berhubungan (independen) karena hendak diuji ada tidaknya perbedaan tiap-tiap kinerja dari portofolio, baik portofolio saham LQ45 maupun dengan reksadana ETF LQ-45. Singgih Santoso (2011;380).

a. Rumusan hipotesis

Ho : $\mu 1 - \mu 2 = 0$ (tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja portofolio dan reksadana saham LQ45)

Hi : $\mu 1 - \mu 2 \neq 0$ (ada perbedaan yang signifikan antara kinerja portofolio dan reksadana saham LQ45)

Uji dua sisi

b. α yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan df = n1 + n2 – 2

c. Menentukan t hitung dengan bantuan pengolahan data melalui

computer (program SPSS 17.0 for windows)

d. Kriteria pengujian

Berdasarkan perbandingan statistik hitung dan statistik tabel

Tolak Ho : bila t hitung > t tabel

Terima Ho : bila t hitung < t tabel

Berdasarkan probabilitas

Tolak Ho : bila probabilitas < 0,05

Terima Ho : bila probabilitas > 0,05

e. Menarik simpulan dari hasil yang diperoleh.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Portofolio Saham LQ45

a. *Return* dan Risiko Saham Individual

Tujuan investor dalam berinvestasi adalah memaksimalkan *return*, tanpa melupakan faktor risiko investasi yang harus dihadapinya. Return merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor dalam menanggung risiko atas investasi yang dilakukannya.

Tabel 1. Tingkat pengembalian Saham yang Diharapkan E(Ri)

No.	Kode Efek	Nama Emiten	E(Ri)	% E(Ri)
1	ASII	Astra International Tbk	0.03414863	3.415%
2	UNTR	United Tractors Tbk	0.034025598	3.403%
3	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk	0.028383603	2.838%
4	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	0.024806515	2.481%
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0.022707863	2.271%
6	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	0.007737017	0.774%
7	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk	0.001199498	0.120%
8	ISAT	Indosat Tbk	0.001141671	0.114%
9	MEDC	Medco Energi International Tbk	-2.7177E-06	0.000%
10	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	-0.000423075	-0.042%
11	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk	-0.006698151	-0.670%
12	UNSP	Bakrie Sumatra Plantations Tbk	-0.020860264	-2.086%

Sumber : Data diolah / Lampiran III

Berdasarkan tabel 1 di atas bahwa *return* saham 12 perusahan memiliki nilai positif dan nilai negatif bagi investor yang ingin melakukan penanaman modal pada saham-saham tersebut. Dari hasil tersebut terdapat 8 saham yang memiliki tingkat pengembalian yang

diharapkan E(Ri) positif, yaitu Astra International Tbk, United Tractors Tbk, Bank Mandiri (Persero) Tbk, Tambang Batubara Bukit Asam Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Astra Agro Lestari Tbk, Bank Danamon Indonesia Tbk, dan Indosat Tbk. Ini berarti saham-saham tersebut merupakan saham yang mendatangkan keuntungan atau manfaat bagi investor. Sedangkan terdapat 4 perusahaan memiliki tingkat pengembalian yang diharapkan E(Ri) negatif, yaitu Medco Energi International Tbk, Telekomunikasi Indonesia Tbk, Aneka Tambang (Persero) Tbk, dan Bakrie Sumatra Plantations Tbk. Ini berarti saham-saham tersebut merupakan saham yang tidak mendatangkan keuntungan atau manfaat bagi investor.

Investasi berupa saham tidak hanya memberikan keuntungan tetapi juga mengandung risiko. Adanya faktor risiko suatu saham akan menunjukan seberapa besar penyimpangan yang akan terjadi pada tingkat pengembalian yang diharapkan untuk kebutuhan estimasi *return* saham pada masa yang akan datang.

Tabel 2. Tingkat Risiko Saham

No.	Kode Efek	Nama Emiten	Var (Ri)	% Var (Ri)	SD (Ri)	% SD (Ri)
1	UNSP	Bakrie Sumatra Plantations Tbk	0.04445746	4.446%	0.210849377	21.085%
2	UNTR	United Tractors Tbk	0.022859411	2.286%	0.151193289	15.119%
3	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	0.021760004	2.176%	0.147512726	14.751%
4	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	0.020847518	2.085%	0.144386697	14.439%
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0.020687506	2.069%	0.143831518	14.383%
6	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk	0.01801801	1.802%	0.13423118	13.423%
7	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk	0.017517893	1.752%	0.132355178	13.236%
8	ASII	Astra International Tbk	0.017277883	1.728%	0.131445362	13.145%
9	MEDC	Medco Energi International Tbk	0.016809727	1.681%	0.129652332	12.965%
10	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk	0.016588198	1.659%	0.128795178	12.880%
11	ISAT	Indosat Tbk	0.009058968	0.906%	0.095178614	9.518%

12	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	0.007236359	0.724%	0.085066794	8.507%

Sumber : Data diolah / Lampiran III

Berdasarkan data tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa semakin besar *variance* maka semakin besar penyimpangan untung masing-masing saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki *variance* paling besar adalah perusahaan Bakrie Sumatra Plantations Tbk yaitu sebesar 0.04445746. Ini berarti bahwa saham tersebut memiliki tingkat risiko saham paling besar dibandingkan dengan saham-saham lainnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki *variance* paling kecil adalah Telekomunikasi Indonesia Tbk yaitu sebesar 0.007236359. Ini berarti bahwa saham tersebut memiliki tingkat risiko saham paling kecil dibandingkan dengan saham-saham lainnya.

Beta menunjukkan sensitivitas *return* saham terhadap perubahan *return* pasar. Suatu saham yang memiliki beta lebih dari satu, maka saham tersebut adalah saham agresif atau kuat. Saham-saham tersebut sensitif terhadap perubahan pasar. Jika nilai beta suatu saham kurang dari satu, maka saham disebut saham defensif atau saham lemah. Saham-saham tersebut tidak sensitif terhadap perubahan pasar.

Tabel 3. Tingkat Risiko Sistematik Saham

No.	Kode Efek	Nama Emiten	*B*
1	UNSP	Bakrie Sumatra Plantations Tbk	1.955921627
2	UNTR	United Tractors Tbk	1.499886984
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	1.410636382
4	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk	1.369265527
5	ASII	Astra International Tbk	1.35634265
6	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	1.281302636
7	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk	1.172079423
8	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	1.137289733
9	MEDC	Medco Energi International Tbk	1.041599357
10	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk	0.984466188
11	ISAT	Indosat Tbk	0.62227809
12	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	0.588642563

Sumber : Data diolah / Lampiran III

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa dari 12 saham, 9 diantaranya memiliki nilai beta lebih besar dari satu ($\beta > 1$) antara lain Bakrie Sumatra Plantations Tbk, United Tractors Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Bank Mandiri (Persero) Tbk, Astra International

Tbk, Tambang Batubara Bukit Asam Tbk, Aneka Tambang (Persero) Tbk Astra Agro Lestari Tbk dan Medco Energi International Tbk. Ini menunjukan saham tersebut sangat sensitif terhadap perubahan pasar, karena saham tersebut merupakan saham yang kuat atau agresif. Selanjutnya terdapat 3 saham yang memiliki beta kurang dari satu (β < 1) diantaranya Bank Danamon Indonesia Tbk, Indosat Tbk dan Telekomunikasi Indonesia Tbk. Ini menunjukan bahwa saham tersebut tidak sensitif terhadap perubahan pasar, karena saham tersebut merupakan saham yang lemah atau *defensive.*

b. *Return* dan Risiko Portofolio

Analisis portofolio adalah untuk mencari portofolio yang mempunyai *return* optimal pada berapapun tingkat risiko yang investor inginkan atau tingkat risiko minimal pada berapapun *return* yang investor inginkan atau *return* tertentu. Portofolio yang memiliki karakteristik seperti itu disebut sebagai portfolio yang efisien. Diversifikasi atau portofolio dapat menghilangkan *unsystematic risk*, karena risiko ini hanya ada dalam satu perusahaan atau industri tertentu, tetapi tidak dapat menghilangkan *systemetic risk*, karena fluktuasi risiko ini dipengaruhi oleh faktor-faktor makro yang dapat mempengaruhi pasar secara keseluruhan.

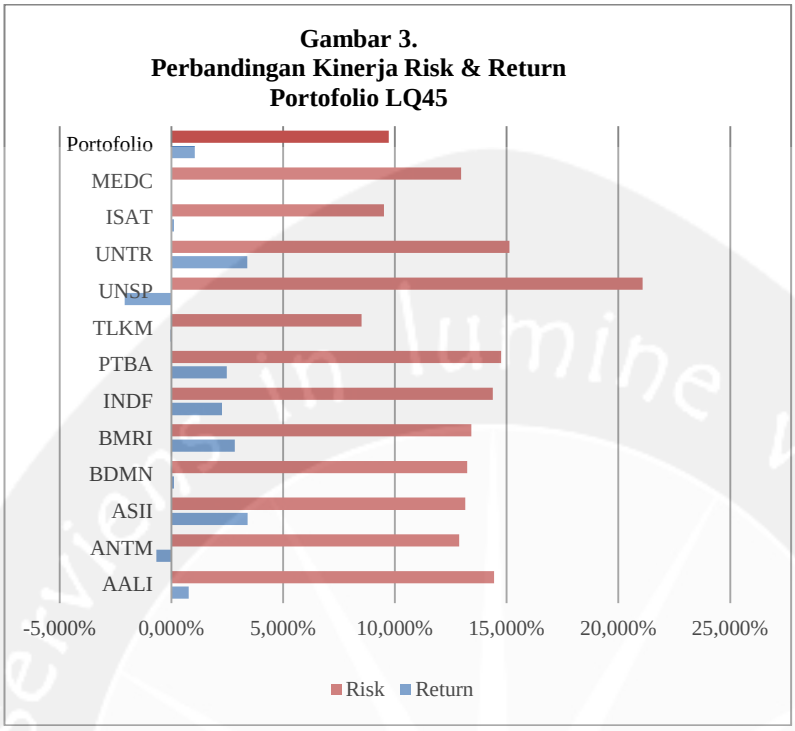
Tabel 4. Tingkat Risiko dan *Return* Portofolio

Jenis	Return p	% R(p)	Var	% Var	SD	% SD
Portofolio 12 Saham LQ45	0.010513849	1.05%	0.009456123	0.95%	0.097243	9.72%

Sumber : Data diolah / Lampiran IV

Dari tabel 4 diatas, investor mengasumsikan bahwa proporsi tiap-tiap saham adalah sama besar. Dengan jumlah sample sebanyak 12, maka proporsi saham adalah sebesar 1/12, sehingga portofolio 12 saham LQ45 menghasilkan *return* sebesar 0.010513849 atau 1,05 % dengan *variance* portofolio sebesar 0.009456123 atau 0,95 %. Apabila dibandingkan dengan semua saham-saham LQ45, maka portofolio 12 saham LQ45 yang terdiri dari anggota seluruh saham-saham LQ45 akan memberikan kinerja yang lebih baik maupun lebih rendah dari tingkat *return* ataupun tingkat risiko. Berikut ini merupakan gambar yang menunjukan manfaat diversifikasi :

Gambar 3.
Perbandingan Kinerja Risk & Return
Portofolio LQ45



Dari gambar diatas, terlihat bahwa portofolo 12 saham LQ45 mempunyai *return* yang lebih tinggi dari saham Medco Energi International Tbk, Indosat Tbk, Bakrie Sumatra Plantations Tbk, Telekomunikasi Indonesia Tbk, Bank Danamon Indonesia Tbk, Aneka Tambang (Persero) Tbk dan Astra Agro Lestari Tbk, tetapi mempunyai risiko yang lebih tinggi dari saham Indosat Tbk dan Telekomunikasi Indonesia Tbk. Sebaliknya, portofolio saham LQ45. mempunyai *return* yang lebih rendah dari United Tractors Tbk, Tambang Batubara Bukit Asam Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Bank Mandiri (Persero) Tbk, dan Astra International Tbk, tetapi mempunyai risiko yang lebih rendah dari saham Medco Energi International Tbk, United Tractors Tbk, Bakrie Sumatra Plantations Tbk, Tambang Batubara Bukit Asam Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Bank Mandiri (Persero) Tbk, Bank Danamon Indonesia Tbk, Astra International Tbk, Aneka Tambang (Persero) Tbk dan Astra Agro Lestari Tbk. Ini membuktikan bahwa dengan diversifikasi (membentuk portofolio) akan mengurangi risiko investasi, yaitu *unsystematic risk*

2. Analisis Reksadana ETF LQ45

Melakukan diversifikasi portofolio investasi bukanlah suatu hal yang mudah, karena diperlukan biaya yang relatif tinggi, waktu yang cukup banyak untuk melakukan pengamatan dan pengawasan, serta pengetahuan dan profesionalisme yang memadai. Oleh karenanya, lahirnya reksadana sebagai pemecahan baru. Investor tidak perlu lagi melakukan riset maupun pekerjaan administrasi yang berkaitan dengan pengambilan

keputusan investasi setiap harinya, karena telah dilakukan oleh Manajer Investasi yang didukung oleh tenaga ahli dalam menghitung atau menganalisis risiko atau expected returnnya.

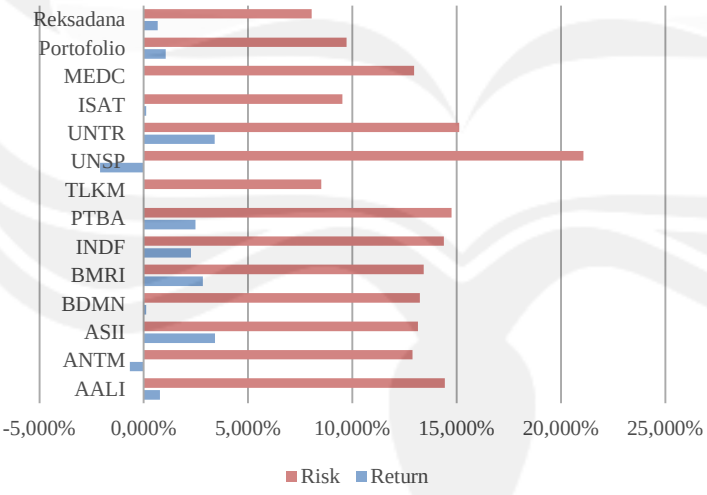
Tabel 5. Tingkat Risiko dan *Return* Reksadana

Jenis	Return p	% R(p)	Var	% Var	SD	% SD
Reksadana ETF LQ-45	0.006624093	0.66%	0.006470102	0.65%	0.080436942	8.04%

Sumber : Data diolah / Lampiran V

Dari tabel 5 diatas, diperoleh hasil bahwa investor yang berinvestasi pada sebuah reksadana ETL-LQ45 mendapatkan tingkat keuntungan sebesar 0.006624093 atau 0,66 % dengan *variance* sebesar 0.006470102 atau 0,65%. Apabila dibandingkan dengan hasil yang didapat oleh seorang investor yang membentuk portofolio 12 saham LQ45, maka investasi pada reksadana ETF LQ-45 menghasilkan tingkat *return* yang lebih kecil dan *variance* atau risiko yang lebih kecil pula. Hal ini terlihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.
Perbandingan Kinerja
Portofolio LQ45 dan Reksadana ETFLQ45



Dari gambar diatas, terlihat bahwa berinvestasi di reksadana ETF LQ-45 memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan berinvestasi pada semua saham-saham LQ45 maupun pada portofolio 12 saham LQ45, tetapi sebanding dengan tingkat *return* yang diperoleh, yaitu lebih rendah dari portofolio 12 saham LQ45 dan semua saham-saham LQ45, kecuali pada saham Medco Energi International Tbk, Indosat Tbk, Bakrie Sumatra Plantations Tbk, Telekomunikasi Indonesia Tbk,

Bank Danamon Indonesia Tbk, dan Aneka Tambang (Persero) Tbk. Hal ini sepadan dengan pengorbanan investor dalam mencari informasi dan pemilihan sekuritas untuk membentuk portofolio dibandingkan dengan investasi pada reksadana yang dikelola oleh manajer investasi.

3. Analisis perbandingan kinerja portofolio

Penilaian terhadap kinerja portofolio merupakan langkah investor dalam mengevaluasi kinerja portofolionya. Dalam penilaian kinerja portofolio diperlukan variabel variabel yang relevan seperti tingkat keuntungan dan risiko. Perbandingan dapat dihitung menggunakan metode Sharpe, metode Treynor dan metode Jensen.

a. Sharpe Measure

Sharpe Measure berupa excess return yang dapat diperoleh oleh investor pada total risiko tertentu. Dari perhitungan parameter tingkat pengembalian rata-rata E(Rp), Risk Free (Rf) dan Standar Deviasi (σp) dapat diketahui kinerja portofolio berdasarkan metode Sharpe. Semakin tinggi nilai Sharpe Measure semakin tinggi pula excess return yang dapat dinikmati oleh investor dan berarti kinerja portofolio semakin baik dan layak untuk diinvestasikan, begitu pula dengan sebaliknya. Hal inidapat dilihat seperti tabel berikut

Tabel 6. Hasil Perhitungan Kinerja Sharpe

Jenis	Sharpe	% Sharpe
Portofolio 12 Saham LQ45	0.046570186	4.66%
Reksadana ETF-LQ45	0.007942247	0.79%

Sumber : Data diolah / Lampiran VI

Dari tabel 6 diatas, berdasarkan metode Sharpe, kinerja portofolio 12 saham LQ45 menghasilkan kinerja yang lebih baik yaitu sebesar 4,66% dibandingkan kinerja reksadana yaitu sebesar 0,79%. Ini berarti portofolio 12 saham LQ45 memiliki nilai excess return yang lebih besar, sehingga portofolio 12 saham LQ45 semakin baik dan layak untuk diinvestasikan.

b. Treynor Measure

Dari perhitungan parameter tingkat pengembalian rata-rata E (Rp), Risk Free Rate (Rf) dan Beta (βp) maka dapat diketahui kinerja portofolio berdasarkan metode Treynor. Jika Treynor portofolio bernilai positif maka kinerja portofolio itu akan semakin baik dan layak untuk diinvestasikan. Begitu pula sebaliknya jika Treynor portofolio semakin negatif maka kinerja Reksadana itu akan semakin buruk dan tidak layak untuk diinvestasikan. Hal ini dapat dilihat seperti tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Perhitungan Kinerja Treynor

Jenis	Treynor	% Treynor
Portofolio 12 Saham LQ45	0.00376868	0.38%

Reksadana ETF-LQ45	0.001010666	0.10%

Sumber : Data diolah / Lampiran VI

Dari tabel 7 diatas, berdasarkan metode treynor, kinerja portofolio 12 saham LQ45 menghasilkan kinerja yang lebih baik yaitu sebesar 0,38% dibandingkan kinerja reksadana yaitu sebesar 0,10%. Ini berarti portofolio 12 saham LQ45 memiliki nilai treynor yang lebih tinggi, sehingga portofolio 12 saham LQ45 lebih baik dan layak untuk diinvestasikan.

c. Jensen Measure

Dari perhitungan parameter tingkat pengembalian rata-rata E(Rp), Risk Free Rate (Rf) dan Beta (βp) maka dapat juga diketahui kinerja portofolio berdasarkan metode Jensen, dimana jika ukuran Jensen bernilai positif maka disebut superior performance dan layak untuk diinvestasikan dan jika nilai ukuran Jensen bernilai negative maka disebut inferior performance dan tidak layak untuk diinvestasikan. Hal inidapat dilihat seperti tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Perhitungan Kinerja Jensen

Jenis	Jensen	% Jensen
Portofolio 12 Saham LQ45	-0.002608679	-0.26%
Reksadana ETF-LQ45	-0.003115625	-0.31%

Sumber : Data diolah / Lampiran VI

Dari tabel 8 diatas, berdasarkan metode Jensen, kinerja portofolio 12 saham LQ45 dan reksadana ETF LQ-45 memiliki nilai yang negatif yaitu sebesar -0.26% dan -0.31%. Ini berarti bahwa, keduanya disebut inferior performance dan tidak layak untuk diinvestasikan, tetapi portofolio 12 saham LQ45 lebih baik dibandingkan reksadana ETF LQ-45 karena, mempunyai nilai negatif yang lebih kecil.

Berdasarkan hasil risiko dan *return* serta 3 metode penilaian kinerja portofolio diatas, maka dapat dilihat bahwa kinerja portofolio 12 saham LQ45 memiliki kinerja yang berbeda dan lebih baik dibandingkan dengan kinerja reksadana ETF-LQ45. Tetapi, perbedaan kinerja tersebut tidak terlihat secara signifikan, artinya antara portofolio 12 saham LQ45 dan reksadana ETF-LQ45 memang memiliki perbedaan yang tidak signifikan.

4. Hasil Uji Dua Beda Rata-Rata

Untuk menjawab pertanyaan adakah perbedaan yang signifikan antara kinerja portofolio dan reksadana saham LQ45, maka digunakan uji beda rata-rata dua sample untuk data yang tidak berhubungan (independen), hasil pengolahan data dengan menggunakan software SPSS versi 17.0 for window adalah sebagai berikut.

Tabel 9.
Hasil Uji Dua Beda Rata-Rata (Mann-Whitney U)

	Kinerja Investasi
Mann-Whitney U	3.000
Wilcoxon W	9.000
Z	-.655
Asymp. Sig. (2-tailed)	.513
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.700[a]

Sumber : Hasil Pengolahan

Keputusan berdasarkan probabilitas, tolak Ho bila probabilitas < 0,05 sedangkan terima Ho bila probabilitas > 0,05. Dari hasil tabel statistik diatas, dapat dilihat bahwa P value (Sig.2-tailed) adalah 0,513. Ini berarti bahwa, P value > 0,05 , maka Ho diterima. Oleh karena itu, tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja portofolio 12 saham LQ45 dengan reksadana LQ45.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Berdasarkan hasil pengolahan data, Portofolio saham LQ45 yang terdiri dari 12 perusahaan yang masuk di dalam perhitungan indeks LQ45 secara terus-menerus selama periode Februari 2008 – Januari 2012 diantaranya PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI), PT Aneka Tambang (Persero) Tbk (ANTM), PT Astra International Tbk (ASII), PT Bank Danamon Indonesia Tbk (BDMN), PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (BMRI), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Tambang Batubara Bukit Asam Tbk (PTBA), PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM), PT Bakrie Sumatra Plantations Tbk (UNSP), PT United Tractors Tbk (UNTR), PT Indosat Tbk (ISAT), dan PT Medco Energi International Tbk (MEDC) menghasilkan tingkat *return* sebesar 0.010513849 atau 1,05 % dengan *variance* portofolio sebesar 0.009456123 atau 0,95 %

b. Berdasarkan hasil pengolahan data, Reksadana ETF LQ45 selama periode Februari 2008 – Januari 2012 menghasilkan tingkat *return* sebesar 0.006624093 atau 0,66 % dengan *variance* sebesar 0.006470102 atau 0,65%.

c. Berdasarkan penilaian kinerja portofolio melalui 3 metode penilaian. Untuk metode Sharpe, portofolio saham LQ45 menghasilkan kinerja sebesar 4,66%, sedangkan reksadana ETF LQ45 menghasilkan kinerja sebesar 0,79%.

Untuk metode treynor, portofolio saham LQ45 menghasilkan kinerja sebesar 0,38% sedangkan reksadana ETF LQ45menghasilkan kinerja sebesar 0,06%. Dan untuk metode Jensen, kinerja portofolio saham LQ45 dan reksadana ETF LQ-45 memiliki nilai yang negatif yaitu sebesar -0.002608679 dan -0.009739718. Berdasarkan 4 metode tersebut, maka kinerja portofolio saham LQ45 memiliki kinerja yang berbeda tidak signifikan dan lebih baik dibandingkan dengan kinerja reksadana ETF-LQ45.

d. Berdasarkan hasil uji beda rata-rata dua sample untuk data yang tidak berhubungan (independen), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja portofolio saham LQ45 dengan reksadana LQ45.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan penulis antara lain :

a. Bagi Calon investor yang ingin berinvestasi di pasar modal dengan membentuk portofolio saham sebaiknya sangat memperhatikan tingkat risiko dan *return* saham, karena portofolio yang terdiri dari beberapa saham akan selalu dihadapkan pada suatu risiko tertentu yang disebut sebagai risiko sistematis (*systematic risk*), sedangkan risiko yang bisa dihilangkan dengan diversifikasi disebut sebagai risiko tidak sistematis terutama *unsystematic risk*. Selain itu risiko sangat mempengaruhi *return* suatu saham, sehingga investor dapat memilih saham mana yang dapat memberikan keuntungan untuk membentuk portofolio optimal.

b. Bagi investor atau peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat melakukan penelitian pada berbagai jenis portofolio dan reksadana lainnya serta membandingkan tingkat kinerja portofolio dan reksadananya dengan tingkat kinerja pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim. 2003. *Analisis Investasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Annual Report Periode 2010-2011. Dalam www.idx.go.id.

Bodie, Zvi., Alex Kane, dan Alan J. Marcus. 2006. *Investments*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.

Eduardus Tandelilin. 2001. *Analisis Investasi & Manajemen Portofolio.* Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Harga Saham Periode Februari 2008-Januari 2012. Dalam www.finance.yahoo.com.

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Periode Februari 2008-Januari 2012. Dalam www.finance.yahoo.com.

Iskandar Z. Alwi. 2003. *Pasar Modal Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah.

Israria Rahman. Analisis Perbandingan Risiko dan Tingkat Pengembalian Pasar Saham (Ihsg) dengan Reksadana Saham. www.google.com.

Keown, Arthur J. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan.* Buku 1. Jakarta: salemba empat.

Marietachristiyanti.Analisis perbandingan produk reksa dana saham sebagai dasar pertimbangan investasi pada pt bank mandiri tbk. www.google.com.

Nilai Aktiva Bersih Reksadana ETF LQ-45. Dalam E-trading Securities Jakarta.
Panji Anoraga, dan Piji Pakarti. 2003. *Pengantar Pasar Modal.* Edisi Keempat. Jakarta: PT Rineka Cipta.
Sejarah Singkat Perusahaan. Dalam www.google.com.
Suad Husnan. 2005. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas.* Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
Sunariyah. 2000. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal.* Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia Periode Juli 2005- Juni 2008. Dalam www.bi.go.id.

EMPOWERMENT OF COOPERATIVES AND MSMEs IN BOGOR CITY BASED ON COOPERATIVE ACCOUNTING AND CAPITAL PLANNING

Indra Cahya Kusuma[1)]
Ade Budi Setiawan[1)]
Maria Ulfa[1)]
E-mail : indracahyasmantibo84@gmail.com
adebudisetiawan@yahoo.co.id
[1)]Lecturers of Economics Faculty in Djuanda University

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the accounting ability, particularly in financial management, preparation of financial statements, and capital planning and management, of the cooperative and MSME's management/businessmen in Bogor City. Cooperatives and MSMEs in Bogor were the object of this study. A quantitatively descriptive approach was used. Sampling was done by using a purposive sampling and simple random sampling method. A total of 163 cooperatives and 379 SMEs were selected as samples. Data were analysed by using the multiple linear regression. Results showed that there was a simultaneous and partial effect of cooperative accounting and capital planning on the success of the empowerment of cooperatives in Bogor. As for the MSME entrepreneurs, it was found that many of them still did not understand how to create financial statements and to make good capital planning. Therefore, a

sustainable empowerment from the government institutions through trainings, mentoring, and capital assistance was required.

Keywords: *Cooperative Accounting, Capital Planning and Empowerment*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan pengurus/pelaku usaha Koperasi dan UMKM di Kota Bogor dalam bidang akuntansi, khususnya pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan keuangan serta perencanaan dan pengelolaan permodalan. Penelitian ini dilakukan di Kota Bogor dengan obyek penelitian Koperasi dan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *simple random sampling*. Dengan jumlah sampel sebanyak 163 koperasi dan 379 UMKM. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian secara simultan dan parsial terdapat pengaruh akuntansi koperasi dan perencanaan permodalan terhadap keberhasilan pemberdayaan koperasi dan UMKM di Kota Bogor. Sedangkan untuk pelaku usaha UMKM masih banyak yang belum mengerti cara membuat laporan keuangan serta belum dapat merencanakan permodalan dengan baik dan diperlukan upaya pemberdayaan berkesinambungan dari intansi pemerintah melalui pelatihan, pendampingan dan permodalan.

Kata Kunci : Akuntansi Koperasi, Perencanaan Permodalan dan Pemberdayaan

PENDAHULUAN

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan koperasi merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Selain itu, peningkatan kualitas koperasi untuk berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya dan membangun efisiensi kolektif terutama bagi pengusaha mikro dan kecil.

Berdasarkan catatan BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2011, UMKM dan koperasi mampu menyerap tenaga sebanyak 85,4 juta pekerja atau sekitar 96,8% dari jumlah tenaga kerja di Indonesia. Sedangkan nilai kontribusi UMKM dan koperasi terhadap pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) telah mencapai Rp 1,778 triliun atau 53% dari total PDRB Indonesia. Berdasarkan data BPS Kota Bogor tahun 2011, potensi UKM antara lain dapat dilihat dari jumlah pelaku usahanya yang relatif banyak, kemampuannya menunjang kegiatan kepariwisataan dan juga kontribusi yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja di Kota Bogor. Dari segi Koperasi jumlah yang terdata sampai dengan akhir tahun 2011 ada sebanyak 774 koperasi dan jumlah UMKM yang

masuk pembinaan Pemerintah Kota Bogor mencapai 32.901 UMKM. Begitu pula jumlah tenaga kerja yang diserap di sektor UMKM, sampai tahun 2011 telah mencapai 58.249 orang. Sedangkan dari jumlah asset investasi capaian UMKM di tahun 2011 berkisar pada angka Rp 575,397 miliar lebih.

Ada beberapa kendala dan keterbatasan Koperasi dan UMKM di Kota Bogor sampai saat ini relatif sulit berkembang dengan baik. Hal ini dipengaruhi antara lain; 1) terbatasnya akses, kapasitas dan kemampuan Koperasi dan UMKM untuk mengenali, memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya produktif.2)Rendahnya produktivitas mengakibatkan lemahnya daya saing Koperasi dan UMKM. 3) Rendah kualitas kelembagaan/formalisasi usaha. 4) Rendahnya penguasaan dan pemanfaatan teknologi secara produktif, efektif dan efisien dan Lemahnya entrepreneurship dan Kualitas SDM. 5) Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntasi.

Pemberdayaan

Konsep pemberdayaan (*empowerment*) lahir sebagai bagian dari perkembangan alam pikiran masyarakat dan kebutuhan masyarakat Barat terutama Eropa. Sebagai sebuah konsep, *empowerment* sifatnya masih terlalu umum. Sehingga apabila tidak hati-hati kajian terhadap konsep ini diibaratkan seperti menyentuh cabang atau daun tetapi tidak menyentuh akar permasalahan baik yang sifatnya mendasar maupun yang terjadi dalam suatu proses.

Ada dikotomi antara memberdayakan dengan pemberdayaan yang dijelaskan oleh Sumodiningrat(1997).

Memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan dan kemandiriannya. Sedangkan pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya masyarakat dengan mendorong, memberi inovasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Karena itu memberdayakan masyarakat harus dilakukan melalui tiga jurusan yaitu :

1. menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang dengan memperkenalkan bahwa setiap masyarakat mempunyai potensi (berdaya) untuk berkembang.
2. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*) dengan penyediaan input (masukan) serta pembukaan akses ke berbagai peluang yang akan membuat masyarakat menjadi menjadi semakin berdaya dalam memanfaatkan peluang.
3. Melindungi masyarakat dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi lemah.

Dengan demikian untuk menciptakan suatu wilayah yang berdaya perlu adanya pemihakan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal yang diarahkan secara langsung pada akses rakyat kepada sumber daya pembangunan disertai penciptaan peluang bagi masyarakat di lapisan bawah untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan. Sehingga mereka mampu mengatasi kondisi

keterbelakangan dan memperkuat daya saing ekonomi.

Konsep *empowerment* muncul karena adanya kegagalan dan harapan yaitu gagalnya model pembangunan ekonomi dalam menanggulangi masalah kemiskinan dan lingkungan yang berkelanjutan dengan harapan adanya pembangunan yang memasukkan nilai- nilai demokrasi, kesetaraan gender, persamaan antara generasi dan pertumbuhan ekonomi yang memadai (Friedman, 1992).

Menurut Argyris (1998) pemberdayaan merupakan program yang mudah diucapkan tetapi sulit dilakukan karena membutuhkan komitmen dari dalam yang kuat. Keterkaitan yang kuat antara komitmen dan pemberdayaan disebabkan karena adanya keinginan dan kesiapan individu-individu dalam organisasi untuk diberdayakan dengan menerima berbagai tantangan dan tanggung jawab. Agyris membagi komitmen menjadi dua yaitu komitmen eksternal dan komitmen internal.

Komitmen eksternal dibentuk oleh lingkungan kerja. Komitmen ini muncul karena adanya tuntutan terhadap penyelesaian tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh para karyawan yang menghasilkan adanya *reward* dan *punishment*. Peran manajer sangat vital dalam menentukan timbulnya komitmen ini karena belum adanya kesadaran individual atas tugas yang diberikan. Sedangkan komitmen internal merupakan komitmen yang berasal dari diri seseorang untuk menyelesaikan berbagai tugas, tanggung jawab dan wewenang berdasarkan pada alasan dan motivasi yang dimilikinya. Munculnya komitmen internal sangat ditentukan oleh kemampuan pimpinan dan lingkungan organisasi dalam menumbuhkan sikap dan perilaku professional dalam menyelesaikan tanggung jawab perusahaan.

Koperasi

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum yang berlandaskan pada asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Kegiatan usaha koperasi merupakan penjabaran dari UUD 1945 pasal 33 ayat (1). Undang-Undang No. 25/1992 pasal 1 berbunyi bahwa koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang otonomi yang dimiliki oleh para anggotanya sebagai rekanan/pelanggan dari perusahaan koperasi.

Karakteristik Koperasi

Hanel (1989) menyatakan bahwa karakteristik dasar dari organisasi koperasi adalah :

1. Kesukarelaan untuk bekerja sama, hal ini dapat berarti tidak ada keanggotaan yang bersifat keharusan secara tidak langsung atau secara bersyarat
2. Kesamaan hak dan kerjasama
3. Kebebasan yang cukup untuk mewujudkan kepentingan-kepentingan individu

Wirasasmita (1992:5-6) menyatakan bahwa untuk mewujudkan koperasi yang berkualitas dan berhasil sesuai dengan karakter dasarnya sekaligus dapat berkembang dalam situasi persaingan yang ketat. Kriteria pengembangan koperasi dapat diukur dengan besarnya volume usaha, modal dan kegiatan usaha serta nilai asset, baik yang dimiliki koperasi maupun anggotanya.

Prinsip koperasi menurut Hendar dan Kusnadi (2005:2) :

a. Keanggotaan yang bersifat terbuka *(open memberships and voluntary)*
b. Pengawasan secara demokratis *(democratic control)*
c. Bunga yang terbatas atas modal *(limited interstof capital)*
d. Pembagian SHU yang sesuai dengan jasa anggota *(proportional distribution of surplus)*
e. Penjualan dilakukan sesuai dengan harga pasar yang berlaku dan secara tunai *(trading in cash)*
f. Tidak ada diskriminasi berdasarkan ras, suku, agama, dan politik *(political, racial, religious netrality)*
g. Barang-barang yang dijual harus merupakan barang asli, tidak rusak atau palsu *(adulted goods forbiden to sell)*
h. Pendidikan kepada anggota secara berkesinambungan *(promotion of education)*

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah, merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Pengertian kecil didalam usaha kecil bersifat relatif, sehingga perlu ada batasannya yang dapat menimbulkan defenisi usaha kecil dari beberapa segi.

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,00. Ciri-ciri usaha mikro:

1. Jenis barang/ komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha; Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
4. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
5. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
6. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Menurut undang-undang nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 mengenai UMKM, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro

sebagaimana diatur dalam undang-undang Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

(4) Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

(5) Berdasarkan Status Kepemilikan yaitu pengusaha yang berbentuk perseorangan, bila berbadan hukum atau tidak berbadan hukum, yang didalamnya termasuk koperasi.

Akuntansi Koperasi

Koperasi adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip Koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah kerja pada umumnya, dengan demikian koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat dan sokoguru perekonomian nasional. (PSAK 27)

Foy (1994) telah mengungkapkan empat kemampuan atau skill manajerial yang perlu dimiliki oleh pemimpin suatu organisasi, yaitu:

1. *Conceptual Skills*, yaitu kemampuan mental untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan seluruh kepentingan dan kegiatan organisasi.

2. *Human Skills*, yaitu kemampuan untuk bekerja dengan memahami dan memotivasi orang lain, baik secara individu maupun kelompok.

3. *Administratif Skills*, yaitu kemampuan yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia dan pengawasan.

4. *Technical Skills*, yaitu kemampuan untuk menggunakan peralatan, prosedur atau teknik-

teknik dari bidang tertentu, misalnya akuntansi, pemasaran, dan lain-lain.

Arens (2003:13),*"Accounting is the recording, classifying, and summarizing of economic events in a logical manner for the purpose of providing financial information for dicision making"* Dengan demikian akuntansi adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mencatat, mengklasifiaksikan, mengikhtisarkan dan mengkomunikasikan informasi keuangan yang relevan dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan.

Untuk mengetahui sejauh mana koperasi dan UMKM mampu mengembangkan usahanya, dapat dilihat dari kondisi kinerjanya yang dapat diukur dari berbagai macam pendekatan tergantung dari sisi mana suatu analisis digunakan Hanel (1998). Dalam kajiannya tentang kinerja koperasi mengungkapkan pengukuran kinerja koperasi dibagi dalam dua bagian: Pertama menggunakan analisis finansial yang meliputi; rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio rentabilitas, rasio profitabilitas, kegiatan usaha, permodalan, serta peranan usaha penunjang. Sedangkan non finansial dianalisis melalui; partisipasi anggota, produktifitas karyawan dan manajer koperasi.

Permodalan

Pada awalnya orientasi pengertian modal adalah *physical oriented* (Riyanto, 1995:17). Dalam pengertian ini modal diartikan sebagai hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Menurut Riyanto (1995:17) modal dalam perkembangannya menjadi bersifat *non physical oriented* yakni pengertian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau kekuasaan memakai atau menggunakan yang terkandung dalam barang-barang modal.

Sedangkan Ikatan Akuntan Indonesia memberikan batasan mengenai pengertian modal kedalam dua jenis modal yaitu; modal keuangan dan modal fisik. Seperti diungkapkannya dalam stándar Akuntansi Keuangan, pengertian kedua konsep modal adalah sebagai berikut: Menurut konsep modal keuangan, seperti uang atau daya beli yang diinvestasikan, modal adalah sinonim dengan kata akativa bersih atau ekuitas perusahaan. Menurut konsep modal fisik, seperti kemampuan usaha, modal dipandang sebagai kapasitas produktif perusahaan yang didasarkan pada, misalnya unit output perhari.

Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh akuntansi koperasi dan perencanaan permodalan terhadap keberhasilan pemberdayaan Koperasi dan UMKM di Kota Bogor. (2) Untuk mengetahui penerapan akuntansi koperasi bagi Koperasi dan UMKM di Kota Bogor. (3) Untuk mengetahui perencanaan permodalan bagi Koperasi dan UMKM di Kota Bogor.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Tehnik Pengambilan Sampel

Untuk mendapatkan data yang dapat mewakili, dilakukan penarikan sampel. Penarikan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* (kriteria tertentu) dan *simple random*

sampling, Natsir (2003). Dilakukan pertama dengan pengambilan sampel dari populasi umum Koperasi sebanyak 724 buah dan UMKM sebanyak 32.901 atau secara keseluruhan sebanyak 33.625 pelaku usaha Koperasi dan UMKM di Kota Bogor berdasarkan data Biro Pusat Statistik Kota Bogor 2011.

Kriteria jumlah Koperasi dan UMKM yang masuk sebagai binaan dan terdata di Kantor Koperasi dan UMKM Kota Bogor sampai dengan tahun 2012 ada sebanyak 275 Koperasi Aktif dan 11.997 UMKM. Dengan menggunakan *simple random sampling* diperoleh sampel sasaran sebanyak 163 koperasi dan 379 UMKM.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1 menunjukan definisi operasional masing-masing variabel penelitian.

Tabel: 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Ukur
Pengetahuan Akuntansi Koperasi (X1)	Pengetahuan tentang akuntansi koperasi adalah segala informasi yang diketahui baik yang diperoleh dari hasil belajar maupun dari pengalaman secara langsung maupun tidak langsung meliputi: prinsip, metode, dan prosedur tentang akuntansi koperasi, dalam hal ini adalah standar akuntansi perkoperasian (PSAK No. 27).	1. Dapat menyusun laporan keuangan 2. Pencatatan transaksi di buku harian 3. Pencatatan transaksi di buku jurnal 4. Pencatatan transaksi di buku besar 5. Penyajian laporan keuangan	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
Perencanaan Permodalan (X2)	Melakukan perencanaan penggunaan modal koperasi yang terdiri dari modal sendiri dan modal pinjaman (UU tentang Koperasi No. 25/1992)	1.Perencanaan penggunaan dana 2. Modal sendiri 3. Dana cadangan usaha 4. Bantuan dari lembaga pemerintah 5.Kemudahan memperoleh pinjaman	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

		6. Modal pinjaman	
Keberhasilan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM (Y)	Keberhasilan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktifitas yang dilakukan dan menggambarkan keadaan yang lebih baik dari sebelumnya.	1. Adanya perencanaan 2. Peningkatan laba 3. Peningkatan dana 4. Peningkatan usaha 5. Peningkatan aset 6. Pelatihan & pendidikan 7. Kerjasama 8. Kontribusi pembangunan 9. Kesejahteraan anggota/karyawan	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

Tehnik Analisis Data

Metode analisis yang dipergunakan bersifat deskriptif-kuantitatif. Yang dimaksud dengan penelitian bersifat deskriptif adalah bahwa penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi objek penelitian (kondisi Koperasi dan UMKM dilihat dari Akuntansi Koperasi apakah sudah dijalankan, terutama penyusunan laporan keuangan serta aspek perencanaan permodalan). Sedangkan pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah dengan menggunakan statisti regresi linier berganda *(multiple regresion linier)*, Sugiono (2007) dengan maksud untuk melihat keberhasilan pemberdayaan Koperasi dan UMKM berbasis akuntansi koperasi dan perencanaan modal. Rumusan uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = koefiesien regresi

X_1 = Akuntansi Koperasi

X_2 = Perencanaan Permodalan

Y = Keberhasilan Pemberdayaan Koperasi

ε = eror/variabel pengganggu

HASIL ANALISIS

Pengujian Model Regresi Secara Simultan (Uji F)

Hasil pengujian pada tabel 2 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 42,069 ditentukan dengan menggunakan tingkat signifikasi sebesar 0,5 (α = 5%), sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 3,09. Dengan membandingkan nilai F_{hit} (56,990) > F_{tab} (3,09) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari faktor akuntansi koperasi dan perencanaan permodalan terhadap keberhasilan pemberdayaan koperasi.

Tabel: 2 Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2102,678	2	1051,339	42,069	,000[b]
	Residual	2923,914	117	24,991		
	Total	5026,592	119			

a. Dependent Variable: Kbrhasilan Pmbrdayaan

b. Predictors: (Constant), Perencanaan Modal, Akuntansi Koperasi

Sumber: Data diolah 2012

Pengujian Model Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh Faktor Akuntansi Koperasi (X_1) Terhadap Keberhasilan Pemberdayaan Koperasi (Y)

Hasil pengujian pada tabel 3 diperoleh nilai t_{hitung} untuk faktor akuntansi koperasi sebesar 3,199 ditentukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,5 (α = 5%), sedangkan nilai t_{tabel} dengan derjat bebas (db) 2 untuk pengujian dua sisi diperoleh sebesar 1,980. Dengan membandingkan nilai t_{hit} (3,199) > t_{tab} (1,980) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari faktor akuntansi koperasi terhadap keberhasilan pemberdayaan koperasi.

Pengaruh Faktor Perencanaan Permodalan (X_2) Terhadap Keberhasilan Pemberdayaan Koperasi (Y)

Hasil pengujian pada tabel 3 diperoleh nilai t_{hitung} untuk faktor perencanaan permodalan sebesar 7,851 ditentukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,5 (α = 5%), sedangkan nilai t_{tabel} dengan derjat bebas (db) 2 untuk pengujian dua sisi diperoleh sebesar 1,980. Dengan membandingkan nilai t_{hit} (7,851) > t_{tab} (1,980) maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari faktor perencanaan permodalan terhadap keberhasilan pemberdayaan koperasi.

Tabel 3 Pengujian Koefisien Regresi secara parsial

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,684	3,789		7,306	,000

	Akuntansi Koperasi	,244	,076	,230	3,199	,002
	Perencanaan Modal	,890	,113	,563	7,851	,000

Sumber : Data diolah 2012

Akuntansi Koperasi Bagi UMKM

Hasil penelitian menunjukan bahwa sebagian besar pelaku usaha UMKM di Kota Bogor tidak tahu dan mengerti cara membuat dan menyusun laporan keuangan dan bagaimana cara mencatatnya. Faktor kendala ketidak tahuan pelaku usaha UMKM antara lain adalah tingkat pendidikan rata-rata yang rendah, ketidak tahuan adanya pembinaan yang dilakukan oleh Kantor Koperasi dan UMKM, dan berusaha dengan tujuan mencukupi kebutuhan hidup sehingga banyak pelaku usaha jarang melakukan difersivikasi dan inovasi usaha, sehingga diperlukan adanya suatu pencatatan penerimaan dan pengeluaran yang baik.

Perencanaan Permodalan Bagi UMKM

Sebagian besar pelaku usaha UMKM Kota Bogor dalam melakukan usaha tidak pernah merencanakan berapa kebutuhan modal yang akan digunakan dan berapa kecukupan modal untuk kedepannya. Sehingga pada saat pelaku usaha UMKM membutuhkan dana untuk memperluas usaha dengan meminjam kelembaga perbankan terkendala dengan data-data laporan usaha yang diminta oleh pemberi dana. Disamping itu jarangnya pelatihan maupun pendampingan yang diberikan oleh intitusi pemerintah yang terkait dengan permasalahan UMKM, terutama usaha mikro sulit untuk berkembang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian secara simultan dan parsial terdapat pengaruh akuntansi koperasi dan perencanaan permodalan terhadap keberhasilan pemberdayaan koperasi di Kota Bogor. Sedangkan untuk pelaku usaha UMKM masih banyak yang belum mengerti cara membuat laporan keuangan serta belum dapat merencanakan permodalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, Panji dan Widiyanti, Ninik, 1992, *Dinamika Koperasi*, Rineka Cipta, Jakarta.

Arens AA. and Loebecke, 2003. *Auditing***,** Prencentin Hall, New York.

Argrys Chris (1998), *"Emporwerment: The Emperor New Clother",* Harvard Business Review, May-Jun, p.100

Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2010-2011.

Badan Pusat Statistik Kota Bogor, 2011, *Kota Bogor Dalam Angka 2009-2011*, BPS, Bogor.

Foy, Nancy, 1994, Empowering People at Work, London:Grower Publishing Company.

Friedman John, 1992**,** *Empowerment, The Politics of alternative Development*, USA: Oxford University Press.

Hanel, Alfred, 1989, *Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangan di Negara-negara Berkembang*. Edisi Pertama, Universitas Padjadjaran, Bandung.

Hendar dan Kusnadi, 2005, *Ekonomi Koperasi*, Edisi Kedua, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta.

Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009, *Standar Akuntansi Keuangan***,** Salemba Empat, Jakarta.

Kantor Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2012.

Keputusan Menteri Koperasi dan UMKM No.129/Kep/M.KUKM/XI/2002/Tanggal 19 November 2002, Tentang Pedoman Klasifikasi Koperasi.

Natsir M., 2003, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Riyanto, Bambang, 1995, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, BPFE-UGM, Yogyakarta.

Sugiyono, 2007, Metode Penelitian. ALFABETA. Bandung.

Tambunan, Tulus, 2002, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting*, Salemba Empat, Jakarta.

Tambunan, Tulus, 2008, *"Prospek Perkembangan Koperasi Kedepan : Masih Relevankah Koperasi di Era Modernisasi Ekonomi?",* Pusat Studi Industri dan UKM Universitas Trisakti.

Tuti Trisnawati, 2009, *Akuntansi untuk Koperasi dan UKM*, Salemba Empat, Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia, No.20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Republik Indonesia, No.25 Tahun 1992, Tentang Perkoperasian.

Wirasasmita Yuyun, 1992, *Strategi Pembangunan Sektor Koperasi yang Dapat Menggerakkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Koperasi,* Dalam Rusidi dan Maman Suratman (Eds), *Pokok-Pokok Pikiran tentang Pembangunan Koperasi.* UPT Penelitian Bandung.

THE INFLUENCE OF INVESTMENT DECISION, CAPITAL DECISION AND FINANCIAL PERFORMANCE ON THE COMPANY VALUES IN MANUFACTURE COMPANY REGISTERED IN INDONESIAN STOCK MARKET

Jubaedah[1)]
Jenji Gunaedi Argo[1)]
E-mail : Jubaedah_nawir@yahoo.co.id
[1)]Lecturers in UPN "Veteran" Jakarta

ABSTRACT

The value of a company reflected on the price of stock maket which is defined by the company's growth and expected to provide positive signal for investment opportunity. For investors the prospect of company that potentially fast growing is hoped to get high income in return in the future as the result of the profit of investment. This study is to examine the influence of investment decision, capital decision and financial performance on the company value of manufacturing company in Indonesian Stock Market (BEI). The population of this study is manufacturing company registered in BEI, while the sample is manufacturing company that accords the criteria in total of 40 companies using the data of 2008-2010. Data analysis uses regression analysis for panel data with trust level 5%. Financial performance and company value positioned as endogen variable, while investment decision and capital decison as exogen variable, data analyzed by eviews program. The finding shows that capital decision, financial decision influenced significantly on financial performance with coeficient determination value of 22%, and investment decision and financial performance influenced significantly on company value with coeficient determination value of 19,77%.

Keywords: *investment decision, capital decision, financial performance and company value*

ABSTRAK

Nilai perusahaan tercermin pada harga saham yang ditentukan oleh pertumbuhan perusahaan dan diharapkan memberikan sinyal positip adanya kesempatan berinvestasi. Bagi investor prospek perusahaan yang memiliki potensi tumbuh tinggi diharapkan akan memperoleh return tinggi dimasa yang akan datang yang disebabkan keuntungan dari investasi. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan sampelnya perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria sebanyak 40 perusahaan dengan data tahun 2008-2010. Analisis pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi untuk data panel dengan tingkat kepercayaan 5%. Kinerja keuangan dan nilai perusahaan diposisikan sebagai variabel endogen sedangkan keputusan investasi dan keputusan pendanaan sebagai variabel eksogen, data dianalisis dengan program eviews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 22% dan hasil penelitian keputusan investasi keputusan pendanaan dan kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 19,77%.

Kata kunci : keputusan investasi, keputusan pendanaan, kinerja keuangan dan nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Berkembangnya kompetisi di dunia bisnis yang begitu pesat pada masa sekarang ini menjadikan perusahaan melakukan berbagai strategi demi menciptakan pertumbuhanyang akan mencerminkan kondisi perusahaan tersebut.Pertumbuhan perusahaan merupakan harapan dari berbagai pihak baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan karena pertumbuhan perusahaan diharapkan dapat memberikan sinyal positip adanya kesempatan berinvestasi. Bagi investor, prospek perusahaan yang memiliki potensi tumbuh tinggi akan memberikan keuntungan karena investasi yang ditanamkan diharapkan akan memperoleh *return* tinggi di masa yang akan datang. Adapun tujuan dari setiap perusahaan adalah sama, yaitu memaksimalisasi nilai bagi pemiliknya.Pertumbuhan perusahaan yang selalu meningkat dan bertambahnya nilai aset diharapkan dapat mendorong espektasi positip bagi investor karena kesempatan investasi dengan keuntungan yang diharapkan dapat terwujud sehingga perusahaan mendapatkan nilai keuntungan.

Optimalisasi suatu nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akanmempengaruhi keputusan keuangan lainya dan berdampak pada nilai perusahaan. Manajemen keuangan menyangkut penyelesaian atas keputusan penting yang diambil perusahaan, antara lain keputusan

investasi, keputusan pendanaan, dan kinerja keuangan. Suatu kombinasi yang optimal atas ketiganya akan memaksimumkan nilai perusahaan yang selanjutnya akan meningkatkan kekayaan pemegang saham.Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat di jadikan sebagai proksi nilai perusahaan. (Hasnawati, 2005).

Implikasi *asymmetric information* dan *signaling theory*, pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan. Keputusan yang menyangkut investasi akan menentukan sumber dan bentuk dana untuk pembiayaanya, adapun permasalahan dalam keputusan pendanaan yang dihubungkan dengan sumber dana adalah apakah sumber internal atau eksternal, besarnya hutang dan modal sendiri, serta bagaimana tipe hutang dan modal yang akan digunakan, mengingat struktur pembiayaan akan menentukan *cost of capital* yang akan menjadi dasar penentuan *required return* yang diinginkan.Keputusan investasi juga tidak terlepas dari keterlibatan investor dalam mengambil alternatif yang diinginkan, kebanyakan investor melihat kinerja perusahaan dalam laporan keuangan untuk melihat kondisi perusahaan tersebut, laporan keuangan merupakan bagian informasi yang mampu memberikan bantuan kepada pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial, sehingga prospek kedepanya dapat menciptakan nilai bagi sebuah perusahaan.

Keputusan investasi merupakan suatu keputusan penting yang dibuat oleh perusahaan. Keputusan investasi akan terlihat pada sisi aktiva, maka akan mempengaruhi srtuktur kekayaan suatu perusahaan, yaitu perbandingan antara aktiva lancar dan aktiva tetap. Keputusan investasi merupakan keputusan terpenting yang dibuat dalam perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi adalah menentukan keseluruhan jumlah aktiva bagaimana dana institusi sebaiknya disalurkan atau di distribusikan kepada para kelompok perusahaan-perusahaan terkait.

Keputusan pendanaan sangat memerlukan keterlibatan kinerja keuangan karena terkadang untuk pendanaan yang berasal dari utang dapat menurunkan profitabilitas.Darminto (2008) menyatakan profitabilitas sebagai ukuran kinerja keuangan sangat penting untuk menutup beban bunga yang sangat besar dan agar perusahaan dapat tetap berkelanjutan. Pada dasarnya keputusan pendanaan mempengaruhi dua struktur. Pertama adalah struktur *financial* yaitu perbandingan yang diperhatikan dari dana jangka panjang maupun dana jangka pendek. Dan satu lagi yaitu struktur modal yaitu perbandingan yang diperhatikan dari dana yang tertanam dalam jangka waktu yang

lama, yang pada dasarnya keputusan pendanaan akan tercermin pada sisi pasiva perusahaan. Keputusan pendanaan adalah menentukan sumber dana yang akan digunakan, apakah dana tersebut berasal dari luar atau dari dalam, dan kapan danatersebut bisa diperoleh dan dimanfaatkan oleh perusahaan.

Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.Namun hasil penelitian terdahulu menghasilkan kesimpulan yang tidak konsisten. Ni Wayan (2010) menyatakan bahwa *Return on Asset* sebagai proksi kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Suranta (2004) menyatakan bahwa *Return On Asset* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Peneliti lainya yang hasilnya tidak konsisten adalah Lihan (2010) dan Umi (2004) yang memiliki persamaan variabel tetapi menghasilkan temuan yang berbeda.Peneliti Darminto (2008) menyimpulkan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan analisis jalur *(path)* serta menyatakan bahwa keputusan pendanaan berpengaruh terhadap tingkat kinerja keuangan *(financial performance).*Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian karena pada dasarnya perusahaan manufakturmerupakan kelompok industri yang cukup besar dan merupakan sektor industri yang aktif dan dinamis melakukan strategi dalam manajemen keuangan dalam rangka menghasilkan *value.*

Hipotesis dalam penelitian ini adalah

H_1: Keputusan investasi dan keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan

H_2: Keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE ANALISIS

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sedangkan sampelnya berupa perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan data tahun 2008-2010.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu populasi yang dijadikan sampel adalah yang memenuhi kriteria tertentu kemudian dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan penelitian yang melibatkan pemilihan subjek yang berada ditempat yang paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memenuhi informasi yang diperlukansehingga dapat diperoleh sampel yang representatif.Beberapa kriteria yang ditetapkan yaitu :

1. *Go public* terakhir tahun 1995 dan masih terdaftar di BEI sampai dengan 31 Desember 2010. Hal ini untuk menghindari adanya bias yang disebabkan oleh adanya perbedaan

umur perusahaan selama menjadi perusahaan publik.

2. Perusahaan harus mempunyai laporan keuangan tahunan mulai tahun 2008 sampai tahun 2010. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya pengaruh parsial dalam pengukuran variabel.

3. Perusahaan sempel yang memiliki laba positif selama tahun2008 sampai tahun 2010.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder . Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang diterbitkan oleh pemerintah, pihak swasta maupun pihak luar negri.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif berupa time series dan cross sectional yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan di BEI, *Indonesian Capital Market Directory*, laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur, majalah dan referensi lainnya yang memberikan informasi tentang kondisi industry manufaktur. Sedangkan pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dengan *type pooled* data (Gujarati,1990)

Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Eksogen :

1. Keputusan Investasi(X_1)

Merupakan rasio dari perbandingan antara *closing price* dengan laba per lembar saham *(PER).*

2. Keputusan Pendanaan (X_2)

Merupakan rasio dari perbandingan antara total utang dengan total ekuitas*(DER).*

3. Kinerja Keuangan (X_3)

Merupakan rasio dari perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan totalaktiva *(ROA).*

b. Variabel Endogen

Nilai Perusahaan(Y)
diproksikan dengan*Price Book Value (PBV).*

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi untuk data panel, dengan tingkat kepercayaan 5%.Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama melakukan pengujian mengenai pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan terhadap kinerja keuangan. Tahap kedua melakukan pengujian mengenai keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kinerja keuangan berpengaruhterhadap nilai perusahaan. Teknik estimasi parameter dilakukan dengan metode regresi *ordinary least square*,

Uji Hipotesis

1. Pengujian Parsial (Uji-t)

Uji-t bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi parsial dari tiap-tiap variable bebas atau eksogen dalam menjelaskan variable endogennya. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian t-statistik adalah sebagai berikut:

Ho: masing-masing variable eksogen tidak mempengaruhi variable endogen secara signifikan

Ha: masing-masing variable eksogen mempengaruhi variable endogen secara signifikan

2. Pengujian Simultan (Uji-F)

Pengujian statistik dilakukan untuk melihat adanya dan seberapa besar pengaruh dari variable bebas atau eksogen terhadap variable terikat secara bersamaan.

Ho: semua variable independen secara bersama-sama tidak berpengaruhi terhadap variable dependen.

Ha: semua variable independen secara bersama-sama berpengaruhi terhadap variable dependen.

Dasar pengambilan keputusan :

a. Jika nilai probabilitas lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig (0,005≤ Sig) Ho diterima (Ha ditolak) artinya tidak signifikan

b. Jika nilai probabilitas lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig (0,005≥ Sig) Ho ditolak (Ha diterima) artinya signifikan

HASIL ANALISIS

I. Deskripsi Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008 - 2010. Sampel yang terpilih sebanyak 40 perusahaan. Berikut adalah nama-nama perusahaan yang terpilih menjadi obyek penelitian.

Tabel 1
Obyek Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Persh
1	PT Polychem Indonesia Tbk	ADMG
2	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI
3	PT Arwana Citramulia Tbk	ARNA
4	PT Astra Otoparts Tbk	AUTO
5	PT Sepatu Bata Tbk	BATA
6	PT Berlina Tbk	BRNA
7	PT Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
8	PT Gajah Tunggal Tbk	GJTL
9	PT HM Sampoerna Tbk	HMSP
10	PT Pan Brothers Tex Tbk	PBRX
11	PT Pelangi Indah Canindo Tbk	PICO
12	PT Indo Acidatama Tbk	SRSN
13	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID
14	PT Trias Sentosa Tbk	TRST
15	PT Ultra Jaya Milk Tbk	ULTJ
16	PT Voksel Electric Tbk	VOKS
17	PT Yanaprima Hastapersada Tbk	YPAS
18	PT Astra International Tbk	ASII
19	PT Indo Kordsa Tbk	BRAM
20	PT Betonjaya Manunggal Tbk	BTON
21	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN

22	PT Darya-Varia Laboratoria Tbk	DVLA
23	PT Ekadharma International Tbk	EKAD
24	PT Gunawan Dianjaya Steel Tbk	GDST
25	PT Kageo Igar Jaya Tbk	IGAR
26	PT Sumi Indo Kabel Tbk	IKBI
27	PT Indal Aluminium Industry Tbk	INAI
28	PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk	INTP
29	PT Jaya Pari Steel Tbk	JPRS
30	PT Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
31	PT Lionmesh Prima Tbk	LMSH
32	PT Multi Prima Sejahtera Tbk	LPIN
33	PT Malindo Feedmill Tbk	MAIN
34	PT Multistrada Arah Sarana Tbk	MASA
35	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT
36	PT Roda Vivatex Tbk	RDTX
37	PT Bentoel International Investama Tbk	RMBA
38	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
39	PT Suparma Tbk	SPMA
40	PT Surya Toto Indonesia Tbk	TOTO

Sumber: *Jakarta Stock Industrial Classification Index*

II. Deskripsi Statistik

Berikut ini disajikan deskripsi statistik atas variabel yang digunakan dalam penelitian ini

Tabel 2
Deskripsi Statistik
Sample: 2008 2010
Common sample

	PBV?	PER?	DER?	ROA?
Mean	1.538805	18.24624	1.437251	0.824771
Median	0.980000	8.608586	0.940000	0.469618
Maximum	11.64000	288.0900	17.66000	6.414153
Minimum	0.170000	-9.080000	0.080000	0.007657
Std. Dev.	1.734554	33.44233	2.035820	1.012389
Skewness	3.051464	5.316716	5.088666	3.003825
Kurtosis	14.54730	39.08132	37.32348	16.45390
Jarque-Bera	831.6059	6897.791	6248.185	1058.359
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	180.0402	2134.810	168.1583	96.49826
Sum Sq. Dev.	349.0068	129733.2	480.7693	118.8920

Observations	117	117	117	117
Cross sections	40	40	40	40

Sumber : Data diolah

III. Pengujian Hipotesis

A. Hipotesis Pertama : Pengaruh Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan terhadap Kinerja Keuangan

Tabel 3

Persamaan Model Regresi 1

Dependent Variable: ROA?
Method: Pooled Least Squares
Sample: 2008 2010
Included observations: 3
Cross-sections included: 40
Total pool (unbalanced) observations: 117

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.876229	0.166999	5.246.901	0.0000
PER?	0.006871	0.002940	2.337.362	0.0211
DER?	0.217686	0.044918	4.846.333	0.0000
R-squared	0.209866	Mean dependent var		0.824771
Adjusted R-squared	0.220387	S.D. dependent var		1.012.389
S.E. of regression	1.118.397	Akaike info criterion		3.078.616
Sum squared resid	1.438.434	Schwarz criterion		3.125.833
Log likelihood	-1.780.991	Hannan-Quinn criter.		3.097.786
Durbin-Watson stat	2.245.722			

Sumber : Pengolahan Data Eviews

Berdasarkan output di atas, persamaan regresi adalah :

$$\boldsymbol{ROA}_{it} = 0.8762 + 0.0069\textbf{PER} + 0.2177\ \textbf{DER}$$

Nilai koefisien untuk variabelKeputusan Investasi *(*PER) adalah 0,0069 dengan nilai probabilitas 0,0211 sedangkanKeputusan Pendanaan(DER) mempunyai koefisien sebesar 0,2177 dengan nilai probabilitas 0,0000, sehingga pada α=0,05, PER dan DER berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).

Nilai Koefisien Determinasi R^2 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan hubungan antara keputusan investasi dan keputusan pendanaan dengan kinerja keuangan sebesar 22%.

B. Hipotesis Kedua : Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4
Persamaan Model Regresi 2

Dependent Variable: PBV?
Method: Pooled Least Squares
Sample: 2008 2010
Included observations: 3
Cross-sections included: 40
Total pool (unbalanced) observations: 117

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.996910	0.212767	4.685.461	0.0000
PER?	0.015889	0.005106	3.111.607	0.0024
DER?	0.185399	0.083662	2.216.040	0.0287
ROA?	0.519237	0.158273	3.280.634	0.0014
R-squared	0.176999	Mean dependent var		1.538.805
Adjusted R-squared	0.197649	S.D. dependent var		1.734.554
S.E. of regression	1.898.247	Akaike info criterion		4.145.045
Sum squared	4.107.808	Schwarz criterion		4.215.870

resid				
Log likelihood	-2394851	Hannan-Quinn criter.		4.173.799
Durbin-Watson stat	0.970152			

Sumber : Pengolahan Data Eviews

Berdasarkan output di atas, persamaan regresi adalah :

$$\boldsymbol{PBV}_{it} = 0.9969 + 0.0159\ \textbf{PER} + 0.1854\ \textbf{DER} + 0.5192\ \textbf{ROA}$$

Nilai koefisien untuk variabel Keputusan Investasi *(*PER) adalah 0,0159 sedangkan Keputusan Pendanaan (DER) mempunyai koefisien sebesar 0,1854 dan kinerja keuangan (ROA) sebesar 0,5192 , sehingga pada α=0,05, PER, DER dan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Nilai Koefisien Determinasi R^2 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan hubungan antara keputusan investasi , keputusan pendanaan dan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan sebesar 19,77%.

Dari hasil pengujian statistik diperoleh bahwa antara keputusan investasi, keputusan pendanaandan kinerja keuangan berpengaruhterhadap nilai perusahaan.

Keputusan investasi memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, apabila perusahaan mampu memaksimumkan kemampuanya melalui investasi, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lihan dan Bandi (2010)

Keputusan pendanaan menunjukan bahwa keputusan pendanaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan, perusahaan harus memilih alternatif pendanaan terbaik.Hasil penelitin ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darminto (2008).

Kinerja keuangan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini menunjukan bahwa semakin baik kinerja keuangan perusahaan semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan (2010)

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka terdapat beberapa hal yang disimpulkan

1. Berdasarkan analisis terhadap sampel perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2010 menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan pendanaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
2. Berdasarkan analisis terhadap sampel perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2010 menunjukkan bahwa keputusan investasi, keputusan

pendanaan dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Berdasarkan analisis terhadap sampel maka variable kinerja keuangan merupakan variable yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen Edisi 2*.Jakarta

Darminto, 2008, Pengaruh Faktor Eksternal dan Berbagai Keputusan Keuangan terhadap Nilai Perusahaan,*Jurnal Aplikasi manajemen volume 8 no: 1, Pebruari 2010 FEB Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur*

Erich, Harfert, 2002. *Analisis Laporan Keuangan.* Pustaka.Jakarta

Fahmi, Irham, 2010.*Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*.Alfabeta. Bandung

Horne, James, 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta

Jensen, M.C. and W.H. Meckling (1976) Behavior Agency Cost and Capital Structure, *Journal of Financial Economic*

Jogiyanto, 2003.*Teori Portofolio dan Analisis Investasi*.BPFE.Yogyakarta

Kasmir, 2011.*Analisis Laporan Keuangan.* Rajagrafindo Persada. Jakarta

Murtini, Umi, 2008. *Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*, UKDW, Yogyakarta

Nogi, Hasel, 2003. *Memahami Kinerja Keuangan Perusahaan.* Balairung and Co. Yogyakarta

Rini, Lihan, dan Bandi Anas Wibawa, 2010, Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan dividen Terhadap Nilai Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi XIII*, Purwokerto.

Shochrul R Ajija, Dyah W Sari dkk, 2011 *Cara cerdas menguasai Eviews*, Salemba empat. Jakarta

Subekti, Iman dan Suprapti, 2002. Asosiasi antara potensi pertumbuhan dengan volume perdagangan saham dan asimetri informasi, *Simposium Nasional Akuntansi V*, 356-370

Subekti, Iman dan Indra Wijaya Kusuma, 2000.Asosiasi antara set kesempatan investasi dengan kebijakan pendanaan dan dividen perusahaan serta implikasinya pada perubahan harga saham, *Simposium Nasional Akuntansi III*, 820-850

Suad Husnan, 2003. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan.*YKPN. Yogyakarta.

Suranta, Eddy dan Pratana Puspita Merdistusi. 2004. *Income Smoothing, Tobin's Q, Agency Problems* dan Kinerja Perusahaan. Makalah Disampaikan Dalam *Simposium Nasional Akuntansi VII*.Bali.

Tandelilin, Eduardus, 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*.Kanisius. Yogyakarta

Weston, Fred, 2003. *Manajemen Keuangan*. Binapura Aksara, Jakarta.

Yuniasih, Ni Wayan dan Mase Gede Wirakusuma, 2010, Pengaruh Kinerja keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Bali.

ANALYSIS FACTORS THAT INFLUENCING *CAPITAL ADEQUACY RATIO* ON THE GENERAL BANK IN INDONESIA

Listijowati Hadinugroho[1)]
Haris Sakti Yudha[2)]
E-mail : listijowati.perbanas@gmail.com
[1)]Lecturer in Perbanas Institute
[2)]Alumni S1 Management Perbanas Institute

ABSTRACT

The purpose of this research to analyze the influence Net Interest Margin and Reserves Requirement to Capital Adequacy Ratio on the General Bank. The data used secondary data from Indonesian Banking Statistics what is published by Indonesian Central Bank. Analyze technique use multivariate regression with first order condition. The result, as partial Net Interest Margin and Reserves Requirement have the positive influence to Capital Adequacy Ratio. As the simultaneously, Net Interest Margin and Reserves Requirement have significant influence to Capital Adequacy Ratio. The contribution of Net Interest Margin and Reserves Requirement to Capital Adequacy Ratio on General Bank is 25.6 percent.

Keywords: *Net Interest Margin , Reserves Requirement, and Capital Adequacy Ratio, General Bank*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Net Interest Margin* (NIM) dan *Giro Wajib Minimum* (GWM) terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia (SEKI) yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan uji asumsi klasik Hasil penelitian ini diperoleh bahwa secara parsial *Net Interest Margin* (NIM) dan Giro Wajib Minimum (GWM) berpengaruh positif signifikan terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR). Secara simultan *Net Interest Margin* (NIM) dan *Giro Wajib Minimum* (GWM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR). Kontribusi variabel *Net Interest Margin* (NIM) dan Giro Wajib Minimum (GWM) terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum sebesar 25,6 persen.

Kata kunci: *Net Interest Margin* (NIM), *Giro Wajib Minimum* (GWM) dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Bank Umum

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga intermediasi bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Di samping itu, bank juga sebagai suatu industri yang dalam kegiatan usahanya mengandalkan kepercayaan masyarakat sehingga tingkat kesehatan bank perlu dipelihara (Merkusiwati, 2007:101).

Kondisi perbankan pada saat tahun 1997--1998 dihadapkan pada masalah tingkat kesehatan bank yang sangat buruk, banyak yang mengalami kekurangan modal sehingga tidak dapat lagi memenuhi ketentuan penyediaan modal minimum. Bank Indonesia telah menetapkan peraturan yaitu mewajibkan setiap bank umum menyediakan modal minimum sebesar 8 persen dari total Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR). Perhitungan penyediaan modal minimum bank atau kecukupan modal bank didasarkan kepada rasio atau perbandingan modal yang dimiliki bank dan jumlah dari ATMR. ATMR, merupakan penjumlahan ATMR aktiva neraca (aktiva yang tercantum dalam neraca) dan ATMR aktiva administratif (aktiva yang bersifat administratif).

Dalam upaya memulihkan kondisi perbankan, pemerintah melakukan program rekapitalisasi terhadap perbankan. Dari program tersebut maka dibuat UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan, dimana Bank Indonesia menetapkan ketentuan tentang kesehatan bank dengan memperhatikan lima aspek yang dikenal dengan CAMEL yaitu aspek *Capital*, *Asset*, *Management*, *Earnings*, dan *Liquidity* serta aspek lain yang berkaitan dengan usaha bank. Bank juga wajib melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip kehati-hatian. Salah satu aspek yang paling mendasar dalam pelaksanaan prinsip kehati-hatian adalah kecukupan modal bank atau *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

Kegiatan operasional bank dapat berjalan dengan lancar jika bank tersebut memiliki cukup modal sehingga apabila terjadi situasi dimana bank mengalami masalah dalam memenuhi likuiditasnya, bank tetap dalam keadaan aman karena memiliki cadangan modal yang ada di Bank Indonesia. Untuk memenuhi kecukupan modal minimum atau untuk dapat memenuhi standar CAR yang sehat, maka bank harus mampu menghasilkan profit atau yang biasa disebut profitabilitas. Dalam penelitian ini profitabilitas salah satunya tercermin dalam *Net Interest Margin* (NIM). Masalah profitabilitas ini sangat penting bagi perkembangan suatu bank karena menyangkut masalah kepercayaan masyarakat yang akan menyimpan dananya di bank. Jika profitabilitas suatu bank meningkat maka permodalannya juga akan meningkat. Salah satu cara bank untuk memaksimalkan profitabilitasnya adalah dengan memperhatikan tingkat likuiditas perusahaannya. Dalam penelitian ini likuiditas salah satunya tercermin dalam *Giro Wajib*

Minimum (GWM). Likuiditas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya. Namun dalam hal perbankan, likuiditas bank adalah kemampuan bank untuk memenuhi kewajiban finansial yang segera harus dipenuhi. Bank yang memiliki likuiditas yang baik berarti mampu memenuhi segala proses transaksi yang diperlukan untuk kelancaran proses produksinya. Menurut Muljono (2002:249) masalah likuiditas merupakan masalah yang rumit bagi manajemen bank karena tingkat likuiditas yang rendah akan mengancam kredibilitas bank tersebut, sementara jika tingkat likuiditas yang tinggi akan mengancam profitabilitasnya. Muljono (2002:127) menyatakan bahwa semakin tinggi likuiditas maka akan banyak tersedia dana yang menganggur sehingga profitabilitas menjadi rendah. Apabila profitabilitas menjadi rendah maka bank tidak akan mampu menambah permodalannya. Artinya, apabila bank menjaga likuiditasnya terlalu tinggi, maka bank tidak bisa mengoptimalkan permodalannya. Oleh karena itu *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berhubungan erat dengan likuiditas suatu bank.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis p*engaruh Net Interest Margin*dan Giro Wajib Minimum secara parsial dan simultan terhadap *Capital Adequacy Ratio*pada Bank Umum yang terdaftar di Bursa EfekIndonesia.

Tinjauan Teori

Kinerja keuangan bank merupakan gambaran kondisi keuangan bank pada suatu periode tertentu, baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, profitabilitas dan likuiditas. Febryani dan Zulfadin (2003:42) menyatakan bahwa informasi posisi keuangan dan kinerja masa lalu sering kali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja di masa depan. Menurut Kasmir (2008:253), untuk mengetahui kondisi keuangan suatu bank maka dapat dilihat dari laporan keuangan yang disajikan oleh suatu bank secara periodik. Laporan ini juga menggambarkan kinerja bank selama periode tersebut. Sedangkan menurut Abdullah (2005:120) analisis kinerja keuangan bank merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap keuangan bank,yang mencakup meninjau ulang data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan bank pada suatu periode tertentu. Kinerja keuangan bank merupakan bagian dari kinerja bank secara keseluruhan.

Penilaian aspek penghimpunan dana dan penyaluran dana merupakan kinerja keuangan yang berkaitan dengan peran bank sebagai lembaga intermediasi. Sedangkan penilaian kondisi likuiditas bank berguna untuk mengetahui seberapa besar kemampuan bank dalam memenuhi kewajibannya kepada para deposan. Penilaian aspek profitabilitas berguna untuk mengetahui kemampuan bank menciptakan profit, yang sudah tentu penting bagi pemilik. Dengan kinerja bank yang baik pada akhirnya akan berdampak

baik pada manajemen di dalam bank itu sendiri maupun pihak luar bank.

Pengertian Rasio Permodalan

Menurut Abdullah (2005:124) rasio permodalan digunakan untuk mengetahui kemampuan kecukupan modal dalam mendukung kegiatan bank secara efisien. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan rasio yang mewajibkan pemenuhan modal minimum yang harus dimiliki oleh bank. CAR diukur dari rasio antara modal sendiri terhadap Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR). Modal sendiri adalah total modal yang berasal dari bank yang terdiri dari modal disetor, laba di tahan, dan cadangan yang dibentuk bank. Sedangkan ATMR adalah merupakan penjumlahan ATMR aktiva neraca dengan ATMR administratif. ATMR neraca diperoleh dengan cara mengalikan nilai nominalnya dengan bobot resiko masing-masing. ATMR administratif diperoleh dengan cara mengalikan nilai nominalnya dengan bobot resiko aktiva administratif. Semakin likuid, aktiva risikonya nol dan semakin tidak likuid bobot resikonya 100.

Sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia melalui surat edaran Bank Indonesia No.26/5/BPPP Tanggal 29 Mei 1993 besarnya CAR yang harus dicapai oleh suatu bank minimal 8 persen sejak akhir tahun 1995, dan sejak akhir tahun 1997 CAR yang harus dicapai minimal 9persen. Tetapi kondisi perbankan nasional sejak akhir 1997 terpuruk yang ditandai dengan banyaknya bank yang di likuidasi, maka sejak Oktober 1998 besarnya CAR diklasifikasikan dalam tiga kelompok. Kelompok pertama, bank sehat dengan klasifikasi A jika memiliki CAR lebih dari 8 persen. Kedua, Bank *Take Over* (BTO) atau dalam penyehatan oleh BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional) dengan klasifikasi B, jika bank tersebut memiliki CAR antara -25 persen sampai dengan < 8 persen. Dan yang ketiga yaitu Bank Beku Operasi (BBO) dengan klasifikasi C, jika memiliki CAR kurang dari -25 persen. Bank dengan klasifikasi inilah yang akan di likuidasi.

Pengertian Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan profitabilitas yang dicapai oleh bank yang bersangkutan (Kasmir, 2008:297). Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Interest Margin* (NIM) dan Rasio Likuiditas.

Net Interest Margin (NIM)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengelola aktiva produktifnya untuk menghasilkan pendapatan dari bunga bersih (Almilia dan Herdiningtyas, 2005:15). Pendapatan bunga adalah penerimaan bunga dari penyaluran kredit dan surat-surat berharga. Sedangkan beban bunga adalah bunga yang harus dibayarkan kepada nasabah yang telah menempatkan dananya di bank dari sumber dana pihak ketiga yaitu giro, tabungan, dan deposito. Aktiva yang diperhitungkan adalah aktiva produktif yang menghasilkan bunga sepertipenempatan pada bank lain,

surat berharga, penyertaan, dan kredit yang diberikan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan hasil yang semakin baik.

Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah analisis yang dilakukan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya atau kewajiban yang sudah jatuh tempo (Dendawijaya, 2001:116). Sementara menurut Siamat (2005:340) suatu bank dianggap likuid apabila: 1) memiliki sejumlah likuiditas sama dengan jumlah kebutuhan likuiditasnya; 2) memiliki likuiditas kurang dari kebutuhan tetapi bank mempunyai surat-surat berharga yang segera dapat dialihkan menjadi kas; 3) memiliki kemampuan untuk memperoleh likuiditas dengan cara menciptakan utang.

***Giro Wajib Minimum* (GWM)**

Bank dalam melakukan kegiatan usahanya terutama dalam hal penghimpunan dana, diwajibkan memelihara sejumlah likuiditas tertentu dari total dana pihak ketiga yang dihimpun oleh bank pada suatu periode tertentu (Siamat, 2005:345). Jumlah likuiditas yang wajib dipelihara oleh setiap bank harus ditempatkan dalam rekening giro bank yang bersangkutan pada Bank Indonesia. Oleh karena itu, likuiditas wajib ini juga disebut *Giro Wajib Minimum* (GWM). Menurut Bank Indonesia GWM adalah jumlah dana minimum yang wajib dipelihara oleh bank yang besarnya ditetapkan oleh BI sebesar persentase tertentu dari total Dana Pihak Ketiga (DPK).

Ketentuan GWM ada dua kategori perhitungan, yaitu giro wajib dalam rupiah dan giro wajib dalam valuta asing. Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.12/19/PBI/2010 GWM dalam rupiah terdiri dari GWM primer, GWM sekunder dan GWM LDR. GWM primer adalah simpanan minimum yang wajib dipelihara oleh bank dalam bentuk saldo rekening giro pada BI yang besarnya ditetapkan oleh BI sebesar persentase tertentu dari total DPK. GWM sekunder adalah cadangan minimum yang wajib dipelihara oleh bank yang berupa surat-surat berharga seperti SBI, SUN, dan atau *Excess Reserve* yang besarnya ditetapkan oleh BI sebesar persentase tertentu dari total DPK. GWM LDR (*Loan to Debt Ratio*) adalah simpanan minimum yang wajib dipelihara oleh bank dalam bentuk saldo rekening giro pada BI sebesar persentase tertentu dari total DPK, yang dihitung berdasarkan selisih antara LDR yang dimiliki oleh bank dengan LDR target. *Excess Reserve* adalah kelebihan saldo rekening giro rupiah bank yang berasal dari GWM primer dan GWM LDR yang wajib dipelihara di BI. Masing-masing besarnya ketetapan GWM yang wajib dipenuhi oleh bank (dalam rupiah), untuk GWM primersebesar 8 persen dari total DPK, GWM sekunder 2,5 persen dari total DPK, dan GWM LDR untuk batas bawah adalah 78 persen. GWM yang dipakai sebagai perhitungan dalam penelitian ini adalah GWM dalam rupiah.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Shitawati (2006) mengananalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel tahun 2001—2004 dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian tersebut bahwa ROA, ROE, BOPO, NIM, GWM, dan LDR secara parsial berpengaruh signifikan terhadap CAR pada bank umum di Indonesia. Sedangkan secara simultan ROA, ROE, BOPO, NIM, GWM, dan LDR berpengaruh signifikan terhadap CAR.

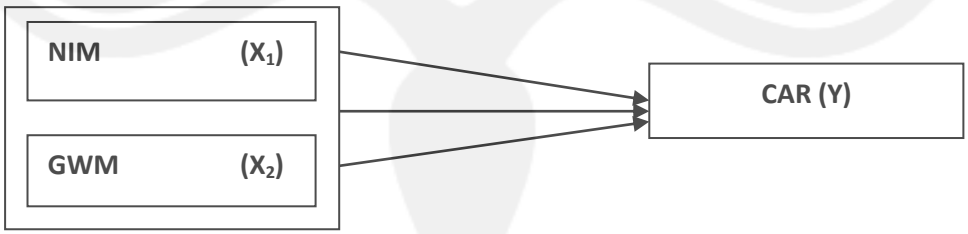
Penelitian Situmorang (2011) tentang pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Tbk. Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Interest Margin on Loan* (IML) dan *Return on Equity* (ROE). Sedangkan untuk mengukur likuiditas rasio yang digunakan adalah *Loan to Debt Ratio* (LDR) dan *Giro Wajib Minimum* (GWM). Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan metode persamaan kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square*). Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa IML dan ROE untuk rasio profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CAR. Sementara rasio likuiditas secara parsial hanya GWM yang berpengaruh signifikan terhadap CAR, sedangkan LDR tidak berpengaruh signifikan terhadap CAR. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa semua variabel *independent* (IML, ROE, LDR, dan GWM) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*, yaitu CAR pada Bank BRI.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah menganalisis faktor-

faktor yang berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti (2012)

Hipotesis yang akan diuji di dalam penelitian sebagai berikut:

Ho_1: *Net Interest Margin* (NIM) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

H_{A1}: *Net Interest Margin* (NIM)secara parsial berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

Ho_2: *Giro Wajib Minimum* (GWM) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

H_{A2}: *Giro Wajib Minimum* (GWM)secara parsial berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

Ho_3: *Net Interest Margin* (NIM) dan *Giro Wajib Minimum* (GWM) secara simultan tidak berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

H_{A3}: *Net Interest Margin* (NIM) dan *Giro Wajib Minimum* (GWM) secara simultan berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang *listing*di Bursa Efek Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah kuantitatif, yang datanya diambil dari laporan tahunan berupa laporan keuangan perusahaan periode 2006–2010. Sedangkan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima besar bank yang ada di Indonesia yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independent* adalah *Net Interest Margin* (NIM) sebagai variabel X_1 dan *GiroWajib Minimum* (GWM) sebagai variabel X_2. Yang menjadi variabel *dependent* adalah *Capital Adequacy Ratio*(CAR). Variabel penelitian yang dapat didefinisikan ke dalam bentuk table operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	KonsepVariabel	Ukuran	Skala
NIM (*Net Interest Margin*)	Kemampuan bank dalam mengelola aktiva produktif untuk menghasilkan pendapatan dari bunga bersih	NIM= x 100%	Rasio
GWM (*GiroWajib Minimum*)	Jumlah dana minimum yang wajib dipelihara oleh bank yang berasal dari dana pihak ketiga	GWM = x 100%	Rasio

CAR (*Capital Adequacy Ratio*)	Kewajiban penyediaan modal minimum terhadap bobot risiko atas aktiva yang dimiliki suatu bank	CAR =  x 100%	Rasio

Sumber: Riyadi (2006), Loen dan Ericson (2011)

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2006–2010.

Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah peringkat lima besar bank yang *go public* dan terdaftar di BEI tahun 2010, yaitu:

Tabel 2 Data Sampel

Nama Bank
1. PT Bank Mandiri Tbk
2. PT BRI Tbk
3. PT BCA Tbk
4. PT BNI Tbk
5. PT Bank CIMB Niaga Tbk

Sumber: Data diolah (2012)

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan uji asumsi klasik terhadap seluruh data yang digunakan dalam penelitian dan dinyatakan semua data layak untuk dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian secara parsial diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.311	2.018		8.081	.000
	NIM	.496	.271	.329	2.131	.031
	GWM	.374	.127	.530	2.947	.007

a. Dependent Variable: CAR

Sumber: Hasil olahan SPSS 19 (2012)

Berdasarkan hasil uji t, secara parsial menunjukkan *Net Interest Margin* (NIM) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dimana t hitung > t tabel (2,131 > 2,074). Variabel Giro Wajib Minimum (GWM) mempunyai pengaruh positif

dan signifikan terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dimana t hitung > t tabel (2,974 > 2,074).

Uji hipotesis secara simultan variabel *Net Interest Margin* (NIM) dan Giro Wajib Minimum (GWM) terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Analisis Uji-F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.496	2	34.248	5.130	.015[a]
	Residual	146.876	22	6.676		
	Total	215.372	24			

a. Predictors: (Constant), GWM, NIM
b. Dependent Variable: CAR

Sumber: Hasil olahan SPSS 19 (2012)

Net Interest Margin (NIM) dan Giro Wajib Minimum (GWM) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dengan nilai F hitung > F tabel (5,130> 3,44).

Kontribusi semua variabel bebas yang terdiri dari *Net Interest Margin* (NIM) dan Giro Wajib Minimum (GWM) terhadap *Capital Adequacy Ratiio* (CAR) sebesar 25,6 persen, sedangkan 74,4 persen dipengaruhi variabel lain selain NIM dan GWM.

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564[a]	.318	.256	2.58383

a. Predictors: (Constant), GWM, NIM
Sumber: Hasil olahan SPSS 19 (2012)

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari jurnal Shitawati (2006) yang menyatakan bahwa variabel NIM dan GWM secara parsial menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap CAR. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Situmorang (2011) yang menyatakan bahwa GWM berpengaruh signifikan terhadap CAR tetapi memiliki pengaruh yang negatif.

Sedangkan secara simultan hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Shitawati (2006) dan Situmorang (2011) bahwa variabel NIM dan GWM berpengaruh positif dan signifikan terhadap CAR.

Tabel 6 Ringkasan Hasil Penelitian

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel	Variabel	Hasil Penelitian
1	Shitawati (2006)	Análisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum di Indonesia	62 perusahaan perbankan di Indonesia (bank persero, bank devisa, dan bank non devisa) periode 2001–2004	ROA, ROE, BOPO, NIM, GWM, dan LDR terhadap CAR	ROA, ROE, BOPO, NIM, GWM, dan LDR secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap CAR
2	Situmorang (2011)	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Tbk	PT Bank BRI Tbk dilihat dari laporan keuangan bulanan periode 2002–2010	IML, ROE, LDR, dan GWM terhadap CAR	Secara parsial IML, ROE, dan GWM berpengaruh signifikan terhadap CAR, namun LDR tidak berpengaruh signifikan terhadap CAR. Secara simultan IML, ROE, LDR dan GWM memiliki pengaruh signifikan terhadap CAR.

3	Hadinugroho dan Yudha (2012)	Analisis Pengaruh *Net Interest Margin*(NIM) dan *Giro Wajib Minimum* (GWM) terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada bank umum yang terdaftar di BEI	Peringkat lima besar bank umum yang terdaftar di BEI berdasarkan pada total aset dan *market share* periode 2006–2010	NIM dan GWM terhadap CAR	NIM dan GWM secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap CAR

Sumber: Peneliti (2012)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Net Interest Margin* (NIM) dan Giro Wajib Minimum (GWM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

Secara simultan variable *independent* yang terdiri dari *Net Interest Margin* (NIM) dan GiroWajib Minimum (GWM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable *dependent* yaitu *Capital Adequacy Ratio* (CAR).Kontribusi variabel NIM dan GWM terhadap CAR bank umum sebesar 25,6 persen, sedangkan 74,4 persen dipengaruhi oleh variabel lain selain NIM dan GWM.

Rekomendasi

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar menambah variabel lainya selain NIM dan GWM yang dapat mempengaruhi CAR. Selain manambah variabel faktor *internal* dapat menambah variabel faktor *eksternal* antara lain faktor makroekonomi sehingga analisis yang dihasilkan dapat lebih menyeluruh dan seimbang. Selain itu dalam melakukan penelitian sejenis, sebaiknya menggunakan obyek atau sampel yang lebih luas, tidak hanya pada bank-bank yang *go public* tetapi juga bank-bank konvensional lainnya dengan periode penelitian yang lebih panjang sehingga mendapatkan hasil analisis yang lebih komprehensif. Variabel-variabel penjelas yang digunakan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat sebesar 25,6 persen. Artinya masih terdapat 74,4 persen variabel-variabel lain yang dapat digunakan. Oleh karena itu demi keakuratan hasil analisis penelitian maka sebaiknya ditambah lebih banyak lagi variabel penjelas yang digunakan dalam suatu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Almilia, Luciana Spica dan Herdiningtyas, Winny.(2005). *Analisis Rasio CAMEL Terhadap Prediksi Kondisi Bermasalah Pada Lembaga Perbankan Periode 2000–2002*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.7, No.2.

Dahlan Siamat. (2005). *Manajemen Lembaga Keuangan*. Edisi Kelima. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Faisal Abdullah. (2005). *Manajemen Perbankan*.Cetakan Ketiga. Malang: UMM Press.

Kasmir. (2008). *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi Kedelapan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Lukman Dendawijaya. (2001). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.

Merkusiwati. (2007). *Evaluasi Pengaruh Camel Terhadap Kinerja Perusahaan*. Kajian Studi Ekonomi, Vol. 12, No. 1.

Muljono, Teguh Pudjo. (2002). *Aplikasi Akuntansi Manajemen Dalam Praktik Perbankan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 12/19/PBI/2010 Tentang GiroWajib Minimum Bank Umum Pada Bank Indonesia Dalam Rupiah dan Valuta Asing.

Shitawati, Artin. (2006). *Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Capital Adequacy Ratio (CAR) pada Bank Umum di Indonesia*.Tesis. Program Studi Magister Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Situmorang, PS. (2011). *Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Capital Adequacy Ratio (CAR) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (Tahun 2002–2010)*. Skripsi. Ekonomi Strata-1. Sumatera Utara: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.

Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 26/5/BPPP/(1993) Tentang Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun (1998) Tentang Perbankan.

Zulfadin, Rahadian dan Febryani, Anita. (2003). *Analisis Kinerja Bank Devisa dan Non Devisa di Indonesia*.Kajian Ekonomi dan Keuangan, Vol.7, No.4.

IN 2012 USING PRICING MULTIPLE MODELS AN EMPIRICAL STUDY ON BANKING STOCKS IN INDONESIA STOCK EXCHANGE

Sodikun[1)] , A D Marsono[1)]
E-mail : admarsono@perbanasinstitute.ac.id
[1)]Department of Economics and Business
Perbanas Institute

ABSTRACT

The aims of this research are to estimate or predict the book value of banking stock; evaluate banking performance and their equity growth. Price multiple models and an analysis of book value to – book multiple are used in order to predict the book value per share. The condition of macro economy, SBI rate, coupon rate of government bond are used toforecast the financial reports 2012-2016 periods. The prediction of book value per share then compare to the market price on daily basis. The Tobin – q model is used to evaluate the banking performances. The data used in this research are the published financial reports 2007 – 2011 periods. We find that: the average growth rate of equity book value is more than 20% per year; positive abnormal return, and the banking industry has a good performance.

Keywords: *equity book value, abnormal return, growth rate, stock price.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi nilai buku per lembar saham bank-bank yang terdaftar di bursa efek Indonesia.Di samping itu, penelitian ini ditujukan untuk mengukur kinerja perbankan, dan pertumbuhan ekuitasnya. Model *price multiple* dan analisis *book value to-book multiple* digunakan untuk memprediksi nilai buku per lembar saham..Proyeksi laporan keuangan dibuat untuk periode 2012 – 2016 dengan mempertimbangkan prediksi kondisi makro Indonesia, tingkat bunga SBI, kupon obligasi pemerintah. Prediksi nilai buku per lembar saham kemudian dibandingkan dengan harga pasar pada hari yang sama, dan Tobin-q model digunakan untuk mengukur kinerja emiten (perbankan) .Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan periode 2007-2011.Hasilnya yang diperoleh: tingkat pertumbuhan nilai buku ekuitas per lembar saham rata-rata 20%, terdapat positif abnormal ROE untuk semua sample dalam penelitian ini, dan perbankan Indonesia menunjukan kinerja yang baik (nilai Tobin-q>1.).

Kata kunci: nilaibukuekuitas, abnormal return, pertumbuhan, hargasaham.

1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini perekonomian negara-negara di Eropa memang tengah didera badai krisis. Namun, kalangan pengusaha meyakini krisis Eropa itu tidak berpengaruh banyak ke Indonesia. Ekspor Indonesia turun, tapi kecil dan jangka pendek saja, karena ketergantungan kita juga kecil. Namun sebagai antisipasi terhadap krisis tersebut Bank Indonesia mengoreksi target pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2012 dari 6,7 persen menjadi 6,3 persen akibat krisis global. "Sektor konsumsi yang porsinya mencapai 65,8 persen tetap akan menjadi pendukung utama pertumbuhan ekonomi Indonesia," kata Deputi Gubernur BI, Halim Alamsyah di Jakarta, Rabu, 30 November 2011.Penurunan permintaan dan harga komoditas di pasar global akan membuat inflasi menurun. Laju inflasi 2011 dan 2012 diperkirakan mencapai 4,7 persen dan 4,9 persen, atau sesuai dengan target inflasi BI. Namun BI mewaspadai ancaman kenaikan inflasi 2012 akibat kenaikan tarif dasar listrik (TDL) dan pembatasan subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM). Bagaimana dampaknya terhadap industri perbankan Indonesia?

Ketahanan industri perbankan Indonesia terhadap krisis saat ini jauh lebih baik ketimbang saat krisis 2008 lalu, dengan rasio kredit bermasalah (*non performing loan*/NPL) yang jauh lebih kecil. Dibandingkan perbankan negara lain, rasio NPL, misalnya saat krisis 2008 mengalami kenaikan tidak sampai lebih dari 2% dibanding negara lain. Hal utama yang menumbuhkan optimisme ketahanan industri perbankan menghadapi krisis adalah pendanaan terbesar masih berasal dari dana pihak ketiga (DPK) namu dari dalam negeri, bukan berasal dari pinjaman luar negeri.

Optimisme positif tergambar juga di Bursa Efek Indonesia dimana terjadi penguatan saham-saham perbankan, pada perdagangan pada akhir Juni 2010, telah menyokong indeks harga saham gabungan bergerak naik di awal perdagangan. Pernyataan Bank Indonesia bahwa bank-bank nasional bisa menyalurkan kredit dengan baik seiring pertumbuhan ekonomi yang positif, telah memicu aksi beli terhadap saham-saham perbankan.Bank Indonesia kembali merilis data terbaru statistik bulanan mengenai perkembangan perbankan di Indonesia.Berdasarkan data statistik tersebut, sebanyak sepuluh bank papan atas menguasai 63,5 % pangsa pasar aset perbankan nasional.Posisi teratas masih dipegang oleh Bank Mandiri yang menguasai pangsa aset sebesar 13,76 % dari total aset perbankan di Indonesia memiliki aset Rp 371,67 triliun. Komposisi saham pemerintah tercatat 66,7 persen dan publik sebanyak 33,3 persen. Hingga Juni 2010. BRI yang menempati posisi kedua memiliki aset Rp306,7 triliun. BCA yang menduduki posisi ketiga memiliki aset Rp 305,16 triliun. Ini adalah bank swasta terbesar yang dikendalikan oleh Grup Djarum.

2. Masalah Penelitian

Selain dapat dinilai dengan kinerja keuangan (kinerja interen), dari sudut pandang eksteren, kinerja bank-bank dapat dilihat dari pergerakan indeks

harga saham dan jumlah dviden yang dibagikan. Artikel ini membahas kinerja perbankan dilihat dari dinamika nilai buku saham yang diyakini akan mempengaruhi pergerakan harga saham perbankan.
Permasalahan yang dibahas dalam artikel ini meliputi:

1. Bagaimana kinerja dalam *bentuk Returm on Equity (ROE)* dan pertumbuhan ekuitas pemegang saham dari bank-bank konvensional sepanjang tahun 2007 sampai 2011?
2. Berapakah prediksi *book value of stocks* bank-bank konvensional pada tahun 2012?
3. Jika dibandingkan dengan indeks harga saham di Bursa Efek Indonesia apakah saham bank-bank konvensional pada tahun 2012 dalam keadaan *undervalued*, *fairly valued*, atau *overvalued*?

3. Hasil PenelitianSebelumnya

Sriwardany (2006)meneliti tentang pengaruh pertumbuhan dengan harga saham, pengaruh pertumbuhan dengan kebijakan struktur modal, dan pengaruh kebijakan struktur modal terhadap harga saham industri manufaktur. Hasil penelitian tersebut adalah:

1. Informasi mengenai pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh terhadap harga saham.
2. Pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh negatif terhadap kebijakan struktur modal.
3. Kebijakan struktur modal mempunyai pengaruh negatif terhadap perubahan harga saham.

Secara empiris terbukti bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai mengaruh terhadap harga saham.

Nazwirman (2008), melakukan penelitian tentang keterkaitan antara penilaian harga saham dan *price earnings ratio* (PER) dengan objek penelitian pada Industri Makanan dan Minuman. Nazirwan menyebutkan bahwa saham yang layak dibeli adalah saham yang mempunyai PER pasar lebih rendah dari *earnings* minimal yang diinginkan. Saham dengan tingkat *earnings* PER pasar yang lebih rendah berarti mempunyai tingkat *earnings* yang lebih tinggi dari *earnings* minimal yang diinginkan. Metode penilaian saham dengan PER ini sangat populer dan EPS dapat dengan mudah diperoleh karena setiap perusahaan terbuka menerbitkan laporan tentan EPS-nya. Penilaian saham hanya ditentukan oleh *earnings*. Kelemahan yang ada pada *earnings* secara akuntansi menjadi penyebab kelemahan di metode ini. Besarnya *earnings* suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh pemakaian metode akuntansi, sehingga penilaian kinerja dengan *earnings* bisa menyesatkan.

Alfhatimiy (2011), melakukan penelitian tentang efisiensi bank yang didasarkan pada hubungan antara nilai pasar, nilai buku, dan *earnings*.Alfhtimiy ingin mengetahui apakah nilai buku, *earnings*, komponen-komponen *earnings*, efisiensi, risiko kredit, dan risiko kebangkrutan berhubungan dengan harga saham. Dari hasil penelitiannya, Alfhatimiy menemukan bahwa secara simultan nilai buku, *earnings*, komponen-komponen *earnings*, efisiensi, risiko kredit, dan risiko kebangkrutan berhubungan secara positif dengan harga saham. Namun secara parsial,

hanya nilai buku yang mempunyai korelasi positif dengan harga pasar saham.

Seperti pada penilitian Sriwardany, penggunaan *earnings* dan komponen-komponennya sebagai ukuran kinerja suatu perusahaan mempunyai kelemahan prinsipil.

4. Valuasi Nilai Buku Saham

Di dalam praktik, valuasi nilai buku saham secara umum dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu (1) dengan cara estimasi yang beradasarkan pada angka kelipatan (*multiple*) dan (2) dengan cara menentukan nilai sekarang dari laba masa depan, dividen masa depan, atau arus kas masa depan. Penilaian yang didasarkan pada kelipatan kenaikan harga secara luas digunakan oleh analisis. Alasan utama dari popularitas ini adalah kesederhaan. Tidak seperti metode *discounted earnings, discounted dividend*, atau *discounted cash flow*, metode-metode ini tidak menggunakan estimasi angka kelipatan tahunan yang terinci tentang suatu variasi parameter, termasuk pertumbuhan, profitabilitas dan biaya modal. Menurut Palepu (2004), valuasi yang menggunakan angka kelipatan meliputi tahap-tahap berikut:

- Memlih suatu ukuran kinerja atau nilai sebagai basis untuk perhitungan angka kelipatan (*multiple*).
- Mengestimasi angka kelipatan untuk perusahaan-perusahaan yang sebanding dengan menggunakan ukuran kinerja atau nilai.
- Menerapkan angka kelipatan untuk perusahaan-perusahaan yang sebanding untuk mengukur kinerja atau nilai dari perusahaan yang dianalisis.

*Price Multiple*adalah suatu cara untuk membandingkan penilaian saham suatu perusahaan dari waktu ke waktu, terhadap perusahaan yang sejenis atau pasar secara keseluruhan. *Price multiple* adalah kelipatan rasio kapitalisasi pasar saham berdasarkan nilai buku ekuitas pemegang saham, penjualan atau laba bersih. Investor biasanya lebih akrab dengan harga saham bukan kapitalisasi pasar (pangsa saham beredar dikalikan dengan harga) dasar-dasar akuntansi sering dikonversi ke basis per saham ketika menggunakan kelipatan harga.

Valuasi nilai buku per lembar saham suatu perusahaan dengan *Price Multiple Model* merupakan fungsi dari tiga faktor yaitu: (1) *Abnormal* ROE masa depan, (2)biaya modal, dan (3) pertumbuhan nilai buku ekuitas.

a. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen bank dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham bank. ROE dapat dihitung dengan rumus:

ROE=Laba Setelah Pajak ÷ Nilai Buku Ekuitas ..... (1)

b. *Abnormal ROE*

Abnormal ROE didefinisikan sebagai ROE yang dikurangi dengan biaya modal atau dapat dihitung dengan rumus:

Abnormal ROE= ROE – Biaya Modal ..... (2)

Perusahaan yang memiliki *abnormal* ROE positif dapat menggunakan abnormal ROE-nya untuk menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham sekaligus mempunyai rasio harga pasar terhadap nilai buku yang lebih tinggi dari perusahaan lain,demikian juga sebaliknya.

c. Biaya Modal

Biaya modal (*cost of capital*) merupakan biaya yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh perusahaan untuk mendapatkan modal yang digunakan untuk investasi perusahaan. Rumus untuk menghitung biaya utang jangka panjang dan biaya ekuitas pemegang saham adalah sebagai berikut:

Biaya Utang Jangka Panjang(*kd*) = Tingkat Kupon Obligasi × (1- tarif pajak)

= *kd* × (1 – tarif pajak) ……..... (3)

Biaya Ekuitas Pemegang Saham (*ke*) = *Return* dari aset bebas risiko + Premi risiko pasar

$$r_s = r_f + ß_s (r_m – r_f) \quad \text{.....} \quad (4)$$

dimana:

$ß_s$ = beta saham

r_s=*return*saham yang diharapkan

r_m = imbalhasil (*return*) pasar.

r_f = imbal hasil bebas risiko

d. Biaya Modal Rata-Rata Terimbang (*Weighted Average Cost of Capital/WACC*)

WACC dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

WACC= [(D/D+E) x *kd* x (1- *Tax*) + (E/D+E) x *ke*] ..... (5)

Keterangan:

WACC= Rata-rata tertimbang biaya modal

D= Jumlah utang jangka pajang

E= Jumlah ekuitas pemegang saham

Kd= Biaya modal atas utang jangka panjang

Ke= Biaya modal atas ekuitas pemegang saham

Tax= Tarif pajak penghasilan.

e. Pertumbuhan Ekuitas

Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukurannya (aset, ekuitas, laba, penjualan), dan nilai Tobin-q (alat ukur pertumbuhan perusahaan). Perusahaan dapat dikatakan tumbuh jika mempunyai nilai Tobin-q lebih besar atau sama dengan 1, dan dikatakan tidak tumbuh jika mempunyai nilai Tobin-q lebih kecil dari 1. Nilai Tobin-q dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin-q} = \frac{\textit{Total Debt} + (\textit{Outstanding Share} \times \textit{Closing Price})}{\textit{Book Value of Assets}} \quad \text{.....(6)}$$

Keterangan:
Total Debt=Jumlah utang perusahaan per 31 Desember
Outstanding Share=Jumlah saham yang beredar per 31 Desember

Closing Price=Harga penutupan saham per 31 Desember

Book Value Assets=Nilai buku aset per 31 Desember.

Pertumbuhan ekuitas adalah selisih antara ekuitas pemegang saham periode berjalan dengan ekuitas pemegang saham periode sebelumnya dibagi ekuitas pemegang saham periode sebelumnya, atau dapat dihitung dengan rumus berikut ini.

$$gbveI = \frac{BVE\ i - BVE\ i\text{-}1}{BVE\ i\text{-}1} \quad \text{.....(7)}$$

Keterangan:
gbve I= pertumbuhan ekuitas pemegang saham pada tahun ke *i*
BVE I= nilai buku ekuitas pemegang saham pada tahun ke *i*
BVE i-1= nilai buku ekuitas pemegang saham pada tahun ke *i-1*.

5. Kerangka Pemikiran

Nilai buku saham suatu bank konvensional dengan *Price Multiple Model* dapat dilakukan dari 2 (dua) sudut pandang, yaitu sudut pandang interen dan eksteren perusahaan. Penilai saham dari interen perusahaan dilakukan dengan dasar nilai buku ekuitas pemegang saham yang dapat diturunkan dari laporan posisi keuangan perusahaan. Selain itu, untuk memprediksi nilai buku per lembar saham suatu perusahaan juga memerlukan data dari laporan laba rugi, seperti laba.

Prediksi nilai buku saham bank konvensional dilakukan dengan mengalikan proyeksi nilai buku ekuitas pemegang saham awal periode dengan angka kelipatan harga. Dari perkalian ini akan diperoleh estimasi nilai buku saham bank konvensonal. Untuk mengetahui hasil prediksi nilai buku per lembar saham bank konvensional estimasi nilai buku saham suatu bank

konvensional dibagi dengan jumlah saham yang beredar dari bank tersebut.

Analisis saham secara eksteren dilakukan dengan menggunakan data indeks harga pasar saham dari Bursa Efek Indonesia. Indeks harga saham yang digunakan adalah harga penutupan (*closing price*) pada awal suatu periode fiskal. Perbandingan harga penutupan saham dengan estimasi nilai buku per lembar saham, maka akan dapat ditentukan posisi saham suatu perusahaan apakah *undervalued, fair valued*, dan *overvalued*.

Bagi seorang investor, posisi saham yang *undervlued* terjadi jika indeks harga saham lebih rendah dari pada nilai buku per lembar saham, *fairly valued* jika indeks harga saham sama dengan nilai buku per lembar saham, dan *overvalued* jika indeks harga saham lebih tinggi dari nilai buku. Informasi saham bank-bank konvensional ini dapat digunakan oleh investor sebagai salah satu data dalam pengambilan keputusan untuk menjual, menahan, atau membeli saham bank-bank tersebut.

6. Metode Penelitian

Ukuran kinerja dan nilai buku ekuitas masa depan diprediksi untuk beberapa tahun ke depan. Untuk memprediksi kinerja dan nilai buku ekuitas 5 (lima) tahun yang akan datang paling tidak dibutuhkan 5 (lima) tahun laporan keuangan historis. Hasil valuasi ini dibandingkan dengan harga pasar saham bank-bank tersebut pada waktu yang sama. Secara interen kinerja bank-bank tahun 2012 dapat diketahui melalui nilai buku per lembar saham bank-bank konvensional 2012, sedangkan secara eksteren dapat dilihat dari harga pasar atau indeks saham bank-bank tersebut di BEI dalam periode yang sama.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, di mana berdasarkan nilai buku ekuitas awal tahun 2012 yang disesuaikan dengan suatu angka kelipatan harga tahun 2012 akan diperoleh prediksi nilai buku saham dari objek penelitian. Apabila prediksi nilai buku saham dibagi dengan jumlah saham yang beredar, maka nilai buku per lembar saham tahun 2012 yang diprediksikan dapat diketahui.

a. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah bank-bank konvensional Indonesia sebanyak 112. Sample dipilih dengan purposive random sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

- Bank yang memenangkan penghargaan sebagai bank dengan kinerja terbaik menurut ABFI *Award* tahun 2011.
- Tercatat di Bursa Efek Indonesia, dan aktif diperdagangkan.
- Memiliki laporan keuangan yang dipublikasikan secara rutin pada periode 2007 – 2011.

Bank yang menjadi sampel terpilih berjumlah 8 (delapan) bank, adalah:

1. Bank BRI, Tbk
2. Bank Mandiri, Tbk
3. Bank BNI, Tbk
4. Bank Danamon Indomesia
5. Bank BCA, Tbk
6. Bank CIMB Niaga, Tbk
7. Bank BTPN, Tbk
8. Bank Saudara, Tbk.

b. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Indikator kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah ROE saham bank-bank konensional tahun 2012. Kinerja bank-bank ini diukur dari dua sudut pandang, yaitu kinerja saham secara interen dan kinerja secara eksteren. Secara interen kinerja bank-bank konvensional dinilai dari nilai buku per lembar saham awal tahun 2012, sedang secara eksteren dari indeks harga saham bank-bank konvensional awal tahun 2012 di bursa. Jenis data yang dipergunakan adalah data sekunder yaitu: laporan keuangan bank-bank konvensional tahun 2007 sampai 2011, suku bunga SBI selama tahun 2011, tingkat kupon obligasi negara posisi per 2 Februari 2012, premi risiko pasar di Indonesia, dan indeks saham bank-bank konvensional di BEI pada tanggal 2 Januari – 31 Januari 2012, dan data publikasi lainnya. Data sekunder ini diperoleh dengan cara mengunduh (*download*) dari interenet dengan mengunjungi situs (*website): idx.co.id; bi.go.id; yahoo. Finance.com;gogle.co.id,* dan publikasi lainnya.

Prediksi nilai buku saham bank-bank konvensional tahun 2012 dilakukan menggunakan *Price Multiple Model* yang dilakukan dengan tahapan berikut.

1. Mengunduh laporan keuangan bank-bank konvesional (Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Danamon, Bank BCA, Bank BTPN, Bank CIMB Niaga, dan Bank Saudara) tahun 2007 sampai 2012.
2. Menentukan asumsi-asumsi dasar yang digunakan untuk penyusunan proyeksi laporan keuangan bank-bank konvensional tahun 2012 sampai 2016.
3. Penyusunan laporan keuangan proyeksi tahun 2012 sampai 2016.
4. Menghitung *abnormal ROE*, yaitu ROE dikurangi dengan biaya bunga tahun 2012 sampai 2016.
5. Menghitung *abnormal ROE* yang ditimbang dengan pertumbuhan nilai buku ekuitas untuk tahun 2012 sampai 2016.
6. Menghitung nilai sekarang dari *abnormal ROE* yang ditimbang dengan pertumbuhan nilai buku ekuitas untuk tahun 2012 sampai 2016.
7. Menghitung nilai sekarang dari *abnormal ROE* yang ditimbang dengan pertumbuhan nilai buku ekuitas kumulatif untuk tahun 2012 sampai 2016
8. Menghitung prediksi nilai buku per lembar saham bank-bank obyek penelitian tahun 2012.
9. Menentukan posisi saham bank-bank obyek penelitian tahun 2012, apakah *undervalued, farly valued,* atau *overvalued*.

7. Hasil Penelitian

7.1. Asumsi – asumsi

Proses perhitungan estimasi angka kelipatan harga dilandasi oleh suatu asumsi pertumbuhan ekonomi makro Indonesia tahun 2012. Pemerintah melalui Kepala Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan pada tanggal 15 Maret 2012 menjelaskan asumsi-asumsi ekonomi makro Indonesia tahun 2012, adalah sebagai berikut.

a. Pertumbuhan ekonomi adalah 6,3 – 6,7 persen

b. Angka pertumbuhan investasi diproyeksikan sebesaar 10,9 persen
c. Laju inflasi maksimal 7 persen
d. Nilai tukar pada kisaran Rp8.900-9.100 per dolar A.S.
e. Suku bunga Surat Perbendaharaan Negara (SPN) 3 bulan disepakati 4,5 – 5,5 persen
f. Harga minyak mentah Indonesia 115 dolar AS per barel.

Selain itu untuk perhitungan estimasi angka kelipatan harga tahun 2012 juga perlu beberapa asumsi dasar sebagai berikut.

a. Pertumbuhan perusahaan (bank) dapat ditentukan dengan menggunakan *Tobin-q Model*.
b. Pertumbuhan ekuitas pemegang saham didasarkan atas rata-rata pertumbuhan 4 (empat) tahun terakhir.
c. Kinerja bank diukur dengan ROE.
d. Biaya modal yang digunakan dalam memprediksi nilai buku per lembar saham adalah rata-rata tertimbang biaya modal (WACC) untuk 4 (tahun) terakhir. WACC juga dipergunakan sebagai faktor diskonto.
e. Premi risiko pasar Indonesia adalah Imbal Hasil Pasar Saham Indonesia (Rm) yang diperoleh dari pertumbuhan IHSG tahun 2007 – 2011.
f. Tarif pajak penghasilan yang dipergunakan dalam analisis ini adalah 35%.

7.2 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan bank-bank obyek penelitian dapat diketahui dengan 2 (dua) indikator, yaitu: nilai Tobing-q dan pertumbuhan ekuitas pemegang saham. Perhitungan nilai Tobin-q dapat dilihat pada persamaan (6) dan pertumbuhan ekuitas saham pada persamaan (7) di atas.Berdasarkan laporan keuangan historis tahun 2007 sampai 2011, diketahui bahwa kedelapan bank mengalami pertumbuhan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata nilai Tobin-q selama 5 tahun adalah di atas 1, hasil perhitungan nilai Tobin-q tahun 2007 sampai 2011 untuk bank-bank obyek penelitian adalah sebagai berikut.

Nilai Tobin-q dapat memberi indikasi pertumbuhan perusahaan, namun demikian besaran pertumbuhan perusahaan tidak dapat dilihat dari nilai Tobin-q. Perusahaan yang mempunyai nilai Tobin-q lebih besar dari 1,00 atau 1,00 adalah perusahaan yang tumbuh, dan lebih kecil dari 1,00 adalah perusahaan yang tidak tumbuh. Nilai tertinggi dicapai oleh bank BCA 1,35 kemudian disusul bank BRI 1,32 dan bank Danamon 1,23.

Tabel 1
Nilai Tobin-q dan Pertumbuhan Ekuitas
Tahun 2007 – 2011

No.	Nama Bank	Nilai Tobin-q	Keterangan	Pertumbuhan

		Rata-Rata 5 Tahun		Ekuitas Rata-Rata 4 Tahun
1	Bank BRI, Tbk	1,32	Tumbuh	27%
2	Bank Mandiri, Tbk	1,10	Tumbuh	22%
3	Bank BNI, Tbk	1,08	Tumbuh	25%
4	Bank Danamon, Tbk	1,23	Tumbuh	26%
5	Bank BCA, Tbk	1,35	Tumbuh	20%
6	Bank CIMB Niaga, Tbk	1,06	Tumbuh	19,8%
7	Bank BTPN, Tbk	1,15	Tumbuh	49%
8	Bank Saudara, Tbk	1,10	Tumbuh	28%

Sumber: perhitungan penulis

Nilai Tobin-q Bank Mandiri secara rata-rata lebih kecil dari Bank BTPN, bukan berarti nilai pertumbuhan BTPN lebih besar dari Mandiri jika dilihat dari perkembangan asetnya.Tingginya nilai Tobin-q BTPN disebabkan adapertumbuhan ekuitas BTPN yang signifikan mencapai 49% (masuknya investor baru dan *stock split* yang dilakukan selama periode penelitian) sementara bank Mandiri hanya 22%.

Pertumbuhan nilai buku ekuitas dapat digunakan untuk menunjukkan pertumbuhan perusahaanyang dicapai pada suatu periode. Dari kedelapan bank, tujuh bank mengalami pertumbuhan perusahaan di atas 20%, kecuali Bank CIMB Niaga yang mengalami pertumbuhan ekuitas sedikit di bawah 20%.Perkembangan pertumbuhan ekuitas pemegang saham bank-bank obyek penelitian dari tahun 2007 sampai 2011.

7.3 Estimasi Angka Kelipatan Harga Tahun 2012

Laporan keuangan proyeksi periode tahun 2012 sampai 2016 dijadikan dasar bagi perhitungan angka kelipatan harga tahun 2012, terutama untuk perhitungan estimasi ROE dan biaya modal rata-rata tertimbang (WACC) tahun 2012. Dari proyeksi nilai buku dan estimasi WACC, dapat ditentukan *abnormal* ROE. Prediksi laporan keuangan 2012-2016 didasarkan pada asumsi-asumsi ekonomi makro dan asumsi dasar seperti yang disebutkan di atas.

Prediksi nilai buku per lembar saham bank-bank obyek penelitian sangat tergantung pada estimasi angka kelipatan harga. Jika angka kelipatan harga dapat diestimasikan dengan tepat, maka hasil estimasi nilai buku per lembar saham akan mendekati jumlah yang sebenarnya.

7.3.1 Abnormal ROE

Rumus untuk menghitung *abnormal* ROE disajikan dalam persamaan (2) di atas. Perusahaan yang memiliki *abnormal ROE* positif mampu menginvestasikan aset bersihnya untuk menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya dan mempunyai rasio harga pasar terhadap nilai buku yang lebih tinggi dari pada perusahaan lainnya. Berdasarkan pada laporan keuangan proyeksi

tahun 2012 -2016, maka diperoleh ROE, Biaya Modal, dan Abnormal ROE untuk awal 2012 seperti terlihat pada table berikut ini.

Tabel 2
ROE, Biaya Modal, dan *Abnormal ROE* Awal 2012

No.	Nama Bank	*ROE*	Biaya Modal	*Abnormal ROE*
1	Bank BRI, Tbk	30,70%	2,73%	27,97%
2	Bank Mandiri, Tbk	20,26%	2,67%	17,59%
3	Bank BNI, Tbk	30,11%	2,49%	27,62%
4	Bank Danamon, Tbk	13,35%	2,67%	10,68%
5	Bank BCA, Tbk	24,86%	3,02%	21,84%
6	Bank CINB Niaga, Tbk	17,29%	2,76%	14,53%
7	Bank BTPN, Tbk	24,92%	2,82%	22,10%
8	Bank Saudara, Tbk	21,01%	2,77%	18,25%

Sumber: Perhitungan Penulis

Abnormal ROE tersebut kemudian dikalikan dengan pertumbuhan nilai buku ekitasuntuk menghasilkan *abnormalROE* yang dibobot dengan (*scaled by*) pertumbuhan ekuitas.Pertumbuhan ekuitas difungsikan sebagai bobot atau timbangan pertama dalam mengestimasi angka kelipatan harga.Hasil perhitungan *abnormal* ROE yang ditimbang dengan pertumbuhan nilai buku ekuitasdapat dilhat pada Tabel 3.

7.3.2 Nilai Sekarang *Abnormal ROE* yang Ditimbang dengan Pertumbuhan

Abnormal ROE untuk setiap bank obyek penelitian bernilai positif yang artinya bahwa setiap bank tersebut diperkirakan menggunakan *abnormal ROE*-nya sebagai investasi dalam aktiva bersih untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemegang sahamnya. *Abnormal ROE* bertambah dalam 5 (lima) tahun yang akan datang sesuai dengan pertumbuhan nilai buku ekuitasnya. Apabila *abnormal ROE* yang ditimbang dengan pertumbuhan nilai buku ekuitas didiskontokan dengan biaya modal maka akan diperoleh nilai sekarang *abnormal ROE* yang ditimbang dengan pertumbuhan. Hasil diskonto dari*abnormal ROE* yang ditimbang dengan pertumbuhan yang ditambah dengan 1 (satu) merupakan angka kelipatan harga (*price multiple*). Perhitungan angka kelipatan harga disajikan pada Tabel 4.

Nilai *price multiple* tertinggi dimiliki oleh bank BRI (2,898) jauh mengunguli bank Mandiri (1,770), dan terendah dimiliki bank Danamon (1,567). Nilai tersebut menunjukan bahwa bank-bank yang menjadi objek penelitian memiliki potensi pertumbuhan nilai buku ekuitas yang besar di masa mendatang, nilai *price multiple* di atas 1,000.

7.4 Estimasi Nilai Buku Per Lembar Saham Bank-Bank Obyek Penelitian

Estimasi nilai buku saham bank-bank obyek penelitian tahun 2012 ditentukan dengan mengalikan nilai buku ekuitas awal tahun 2012 dengan angka kelipatan harga. Dengan demikian, angka kelipatan harga merupakan pembobotan terakhir dari proses prediksi nilai buku per lembar saham karena nilai buku saham jika dibagi dengan jumlah saham yang beredar akan mengahasilkan nilai buku per lembar saham. Estimasi angka kelipatan dan nilai buku saham ini disajikan pada Tabel 5.

Hasil perhitungan nilai buku saham tersebut menunjukan bank-bank yang menjadi objek penelitian memiliki potensi yang sangat besar untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Sebagai contoh, bank BRI yang memiliki nilai buku ekuitas di awal tahun 2012 lebih dari Rp 49 triliun diprediksi dalam 5 (lima) tahun mendatang dapat meningkat menjadi lebih dari Rp 140 triliun. Bank Danamon di awal tahun 2012 memiliki nilai buku ekuitas lebih dari Rp 25 triliun diprediksi dalam 5 (lima) tahun mendatang nilai buku ekuitasnya akan naik menjadi lebih dari Rp 40 triliun.

Tabel 3
Abnormal ROE Awal yang Dibobot Dengan Pertumbuhan Ekuitas
Tahun 2012 – 2016

Nama Bank	*Abnormal ROE*	(1 + Pertumbuhan Nilai Buku Ekuitas)					Kumulatif
		2012	2013	2014	2015	2016	
Bank BRI	0,2797	1,0000	1,2700	1,5400	2,0800	2,3500	2,3047
Bank Mandiri	0,1759	1,0000	1,0420	1,0830	1,1250	1,1670	1,5604
Bank BNI	0,2761	1,0000	1,2500	1,5000	1,7500	2,0000	2,0707
Bank Danamon	0,1068	1,0000	1,2600	1,5200	1,7800	2,0400	0,8117
Bank BCA	0,2261	1,0000	1,1800	1,3600	1,5400	1,7200	2,6662
Bank CIMB Niaga	0,1453	1,0000	1,2000	1,4000	1,6000	1,8000	0,7265
Bank BTPN	0,2210	1,0000	1,4900	1,9800	2,4700	2,9600	2,7337
Bank Saudara	0,1825	1,0000	1,2800	1,5600	1,8400	2,1200	2,9284

Sumber: Perhitungan Penulis

Tabel 4
(Nilai Sekarang *Abnormal* ROE yang Ditimbang dengan Pertumbuhan) + 1

Tahun 2012 – 2016

Nama Bank	*Abnormal* ROE Ditim-bang Pertumbuhan	Nilai Sekarang Abnormal ROE Ditimbang Dengan Pertumbuhan Nilai Buku Kumulatif					*Price Multiple*
		2012	2013	2014	2015	2016	
Bank BRI	2,3047	0,272	0,337	0,397	0,522	0,575	3,103
Bank Mandiri	1,5604	0,171	0,171	0,171	0,171	0,171	1,856
Bank BNI	2,0707	0,269	0,329	0,385	0,438	0,488	2.909
Bank Danamon	0,8117	0,104	0,128	0,150	0,171	0,191	1,744
Bank BCA	2,6662	0,219	0,256	0,289	0,321	0,351	2,436
Bank CIMB Niaga	0,7265	0,141	0,165	0,188	0,209	0,228	1,931
Bank BTPN	2,7337	0,215	0,312	0,403	0,488	0,569	2,987
Bank Saudara	2,9284	0,178	0,221	0,262	0,301	0,337	2,299

Sumber: Perhitungan Penulis

Tabel 5
Estimasi Angka Kelipatan Harga dan Nilai Buku Saham 2012

No.	Nama Bank	Nilai Buku Ekuitas Awal Tahun (Rp)	Angka Kelipatan Harga	Nilai Buku Saham (Rp)
1	Bank BRI, Tbk	49.820.329.000.000	3,103	154.592.480.887.000
2	Bank Mandiri, Tbk	62.654.408.000.000	1,856	116.286.581.248.000
3	Bank BNI, Tbk	37.843.024.000.000	2,909	110.085.356.816.000
4	Bank Danamon, Tbk	25.836.501.000.000	1,744	45.833.952.774.000
5	Bank BCA, Tbk	40.247.256.000.000	2,436	102.378.600.240.000
6	Bank CIMB	18.369.491.000.000	1,931	38.471.487.121.000

	Niaga, Tbk			
7	Bank BTPN, Tbk	5.617.198.000.000	2,987	16.778.570.426.000
8	Bank Saudara, Tbk	473.174.000.000	2,299	1.087.026.102.000

Sumber: Perhitungan penulis

Berdasarkan nilai buku saham bank obyek penelitian akan dapat diketahui prediksi nilai buku per lembar saham tahun 2012 dari suatu bank, yaitu dengan membagi nilai buku saham bank tersebut dengan jumlah lembar saham yang beredarnya (lihat table 6). Terlihat bahwa nilai buku perlembar saham tertinggi dimiliki oleh bank BRI mencapai Rp6.330 dan terendah bank CIMB Niaga dengan nilai Rp1546.

Tabel 6
Prediksi Nilai Buku Perlembar Saham

No.	Nama Bank	Nilai Buku Saham (Rp)	Jumlah Lembar Saham	Nilai Buku Perlembar (Rp)
1	Bank BRI, Tbk	154.592.480.887.000	24.422.470.000	**6.330**
2	Bank Mandiri, Tbk	116.286.581.248.000	23.100.000.000	**5.034**
3	Bank BNI, Tbk	110.085.356.816.000	18.462.110,000	**5.963**
4	Bank Danamon, Tbk	45.833.952.774.000	9.488.000.000	**4.831**
5	Bank BCA, Tbk	102.378.600.240.000	24.408.460.000	**4.194**
6	Bank CIMB Niaga, Tbk	38.471.487.121.000	24.880.290.000	**1.546**
7	Bank BTPN, Tbk	16.778.570.426.000	5.606.980.000	**2.992**
8	Bank Saudara, Tbk	1.028.207.102.000	229.387.000	**4.739**

Sumber: Perhitungan Penulis

8. Kesimpulan

Kinerja dan pertumbuhan ekuitas pemegang saham dari bank-bank konvensional sepanjang tahun 2007 sampai 2011 menunjukan pertumbuhan yang luar biasa rata-rata di atas 20%.

Prediksi nilai buku saham bank bank konvensional pada tahun 2012, menunjukan bahwa perbankan Indonesia memiliki potensi pertumbuhan yang luar biasa karena nilai price multiplenya lebih besar dari 1,000. Jika bank-bank dikelola dengan baik sesuai dengan prinsip kehati-hatian, maka bukan tidak mungkin apa yang ditunjukan dalam nilai price multiple setiap bank dapat terwujud.

Nilai buku per lembar saham merupakan penilaian pihak internal bank. Proses estimasi nilai buku per lembar saham bank-bank konvesional Indonesia tahun 2012 menghasilkan informasi yang cukup penting bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama bagi investor pemegang saham bank (pihak eksternal). Dalam menghadapi fluktuasi harga saham investor harus mengambil keputusan. Hasil analisis penelitian dengan *Price Multiple Model* pada bank-bank obyek penelitian dapat memberikan informasi bagi investor. Tabel 7 berikut ini merupakan rekapitulasi hasil analisis penelitian.

Tabel 7
Rekapitulasi Hasil Analisis Penelitian

No.	Nama Bank	Nilai Buku Per Lembar Saham (Rp)	Harga Saham (Rp)	Posisi bagi Investor
1	Bank BRI, Tbk	6.330	6.800	*Overvalued*
2	Bank Mandiri, Tbk	5.034	6.700	*Overvalued*
3	Bank BNI, Tbk	5.963	3.825	*Undervalued*
4	Bank Danamon, Tbk	4.831	4.050	*Undervalued*
5	Bank BCA, Tbk	4.194	8.000	*Overvalued*
6	Bank CIMB Niaga Tbk	1.546	1.240	*Undervalued*
7	Bank BTPN, Tbk	2.992	3.300	*Overvalued*
8	Bank Saudara, Tbk	4.739	245	*Undervalued*

Sumber: Perhitungan Penulis

DAFTAR PUSTAKA

Bank BCA. (2011). *BBCA.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank BCA. (2011). *Indeks Harga Saham Bank BCA, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.financeyahoo.com

Bank BNI. (2011). *BBNI.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank BNI. (2011). *Indeks Harga Saham Bank BNI, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.finance.Reuters.com

Bank BPTN. (2011). *BPTN.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank BRI. (2011). *BBRI.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank BRI. (2011). *Indeks Harga Saham Bank BRI, Periode 3/1/2011-1/12/2011*. Dalam www.financeyahoo.com

Bank BTPN. (2011). *Indeks Harga Saham Bank BTPN, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.financeyahoo.com

Bank CIMB Niaga.(2011). *BNGA.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank CIMB Niaga.(2011). *Indeks Harga Saham Bank CIMB Niaga, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.financeyahoo.com

Bank Danamon.(2011). *BDMN.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank Danamon.(2011). *Indeks Harga Saham Bank Danamon, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.financeyahoo.com

Bank Indonesia.(2011). *Hasil lelang SBI (273 hari), Periode 12/01/2011-8/12/1012*. Dalam www.bi.go.id

Bank Indonesia.(2011). *Ini Peringkat Bank Terbaik RI 2011*. Dalam www.finance.detik.com

Bank Indonesia.(2012). *Tinjauan Kebijakan Moneter Indonesia, 2012*.Dalam www.bi.go.id

Bank Mandiri.(2011). *BMRI.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Bank Mandiri.(2011). *Indeks Harga Saham Bank Mandiri, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.financeyahoo.com

Bank Saudara.(2011). *Indeks Harga Saham Bank Saudara, Periode 3/1/2011-1/12/2011*.Dalam www.financeyahoo.com

Bank Saudara.(2011). *SDRA.JK.on Jakarta Stock Exchange.* In www.finance.reuters.com

Boedie, Z., Kane, A., dan Markus, A. J. (2008).*Investment,* Seventh Edition. New York: McGraw Hill Edition.

Brealy, Richard A., Meyrs, S. A., dan Allen F. (2006). *Corporate Finance.*Seventh Edition. New York: McGraw Hill Edition.

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank BCA 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank BNI 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank BRI 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank BTPN 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank CIMB Niaga 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank Danamon 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank Mandiri 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

Indonesian Stock Exchange. (2007-2011). *Annual Report Bank Saudara 2007-2011. Januari 5, 2011*.Dalam www.idx.co.id

International Monetary Fund. (2011). *IMF Executive Board Concludes 2011 Article IV Consultation with Indonesia*. Dalam www.imf.org

Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia.(2011). *Sekolah Stap dan Pimpinan Bank Angkatan, Angkatan 56*. Dalam www.lippi.or.id

Nailul Hana' Alfathimiy.(2011). *Hubungan Antara Nilai Pasar, Nilai Buku, dan Earnings dalam Pengukuran Efisiensi Bank.*Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

Nazwirman.(2008). *Penilaian Harga Saham dengan Menggunakan Price Earning Ratio (PER).*Makara, Sosial Humaniora, Vol. 12, No. 2, Desember 2008

Rose, Peter S., dan Marquis, Milton H. (2006).*Money and Capital*

Market.Ninth Edition. New York: McGraw Hill Edition.

Sriwardany.(2006). *Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Kebijakan Struktur Modal dan Dampaknya Terhadap Perubahan Harga Saham*.USU.

Standard & Poor.(2011). *15 Negara Eropa Dipertimbangkan Standar & Poor Turun Peringkat*.Dalam Suara Pembaharuan, 6 Desember 2011.

Tobin, J (1971). *A Generalized Equilibrium Approach to Monetary Theory* in his essay in economic: macroeconomic, vol. 1 Chicago 1971.

Tony Prasetyono. (2011). *Mengapa Indonesia Tahan Krisis?*Dalam Sindonews.com 19 Desember 2011.

World Bank. (2011). *Ringkasaan Eksekutif: Meningkatkan Kesiagaan Memastikan Ketahanan*. Desember 2011. Dalam www.worldbank.org

ANALYSIS THE INFLUENCED OF CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, AND CONCENTRATE RATIO TO THE ROA (STUDY TO GENERAL BANK THAT LISTING IN INDONESIA STOCK EXCHANGE 2005-2009)

Tiara Kusuma Hapsari[1)]
Prasetiono[1)]
Email : mr.prastiono.feundip@gmail.com
[1)]Diponegoro University, Semarang

ABSTRACT

Bank is one of the financial institution which have activities to raise funds from public in the form of savings and distribute them to the public in form of credit or other form. The purpose of the bangking business is gain profit. Ability of the banks in gain profit is measured by return on assets (ROA). In order to achieve the expected return on assets, banks are required by any business activity involving the use of the banking assets or profit that always geared to various risks that must be addressed. In addition, banks also face the condition of the market structure, which, indirectly, affect the ability of banks to generate profit.

The purpose of this research is to examine influence of Capital adequacy Ratio (CAR), Non Performing Loan (NPL), BOPO, Loan to Deposit Ratio (LDR), reserve requirement (GWM), and concentration ratio (CR) through Return On Asset (ROA) of public banking listed at Indonesian Stock Exchange during 2005-2009. Samples used in this research are public banking listed at Indonesian Stock Exchange on period 2005-2009.

This research uses purposive sampling method to choose samples so it is resulted 17 companies as samples. Data is analyzed by using multiple regression method and descriptive statistics. The results of this research found that BOPO has significant negative effect to ROA. Besides, this research proves there is significant positive influence between LDR and ROA, also GWM and ROA. Whereas, other variables like CAR, NPL, and CR have no significant effect to ROA.

Keywords : *Capital adequacy Ratio (CAR), Non Performing Loan (NPL), BOPO, Loan to Deposit Ratio (LDR), GWM, and concentrate ratio (CR, Return On Asset (ROA)*

ABSTRAK

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki kegiatan untuk menggalang dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan

mendistribusikannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya. Tujuan dari usaha perbankan adalah untuk memperoleh keuntungan. Kemampuan bank dalam memperoleh keuntungan diukur dengan return on assets (ROA). Dalam rangka untuk mencapai hasil yang diharapkan dari aset, bank diwajibkan untuk melakukan kegiatan bisnis yang melibatkan penggunaan aset perbankan atau keuntungan yang selalu ditujukan untuk berbagai risiko yang harus diatasi. Selain itu, bank juga menghadapi kondisi struktur pasar, yang, secara tidak langsung, mempengaruhi kemampuan bank untuk menghasilkan keuntungan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Rasio Kecukupan Modal (CAR), Non Performing Loan (NPL), BOPO, Loan to Deposit Ratio (LDR), persyaratan cadangan (GWM), dan rasio konsentrasi (CR) Return On Asset melalui (ROA) perbankan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2005-2009. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbankan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2005-2009.

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk memilih sampel sehingga dihasilkan 17 perusahaan sebagai sampel. Data dianalisis dengan menggunakan metode regresi dan statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa BOPO berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Selain itu, penelitian ini membuktikan ada pengaruh positif yang signifikan antara LDR dan ROA, juga GWM dan ROA. Sedangkan, variabel lain seperti CAR, NPL, dan CR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Kata kunci: Kecukupan Modal Rasio (CAR), Non Performing Loan (NPL), BOPO, Loan to Deposit Ratio (LDR), GWM, dan berkonsentrasi rasio (CR, Return On Asset (ROA)

1. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga intermediasi bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Di samping itu, bank juga sebagai suatu industri yang dalam kegiatan usahanya mengandalkan kepercayaan masyarakat sehingga mestinya tingkat kesehatan bank perlu dipelihara (Merkusiwati, 2007). Untuk bisa menjaga fungsi tersebut, bank harus tetap menjaga kelangsungan kegiatan operasionalnya dengan cara menghasilkan laba tinggi sehingga profitabilitasnya terus mengalami peningkatan.

Profitabilitas merupakan rasio mengukur efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba, atau dengan kata lain profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas dalam dunia perbankan dapat dihitung dengan *Return on Assets* (selanjutnya disingkat ROA). ROA penting bagi bank karena ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang

dimilikinya. Menurut ketentuan Bank Indonesia, standar yang paling baik untuk *Return On Assets* dalam ukuran bank-bank Indonesia minimal 1,25% (Mintarti, 2009). Berikut adalah Tabel 1.1 yang menunjukkan *Return On Assets* pada beberapa bank umum *go public* periode tahun 2005-2009.

Tabel. 1. 1
***Return On Asset* (ROA) Bank Umum**
Periode 2005-2009 (dalam persen)

No	Nama Bank	ROA				
		2005	2006	2007	2008	2009
1	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	5,04	4,36	4,61	4,18	3,73
2	PT. Bank Mandiri Tbk.	3,19	0,47	2,40	2,69	3,13
3	PT. Bank Central Asia Tbk	3,44	3,80	3,34	3,42	3,40
4	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	1,61	1,85	0,85	1,12	1,72
5	PT Bank Artha Graha Internasional Tbk.	0,34	0,40	0,29	0,34	0,44
6	PT. Bank Century Tbk.	0,22	0,38	0,61	-52,09	3,84
7	PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk.	-2,99	-0.96	0,13	-2	-7,88

Sumber : Direktori Perbankan Indonesia dan Infobank

Sampel data *Return On Assets* (ROA) dari beberapa bank menunjukkan nilai yang fluktuatif. Bank BRI tahun 2005 mempunyai nilai rata-rata ROA yang super dan melebihi standar bank sehat tetapi pada tahun 2006 mengalami penurunan cukup signifikan dan ketika tahun 2007 mulai mengalami peningkatan meski kemudian terus menurun hingga 2009. Terdapat pula yang bank yang bergeraknya stabil seperti pada bank Central Asia meskipun melebihi standar yakni diatas 1,25 %. Namun, terdapat pula bank yang selalu mempunyai ROA di bawah standar bahkan hingga menunjukkan rasio yang negatif atau mengalami kerugian seperti pada bank Eksekutif Internasional. Selain itu, Bank Century juga mempunyai ROA yang jauh di bawah standar pada tahun 2008 yakni -52,09%, yang berarti bank tersebut mengalami kerugian yang sangat besar pada tahun 2008.

Dari fenomena data empiris di atas, diperlukan suatu informasi mengenai faktor penyebabnya. Informasi tentang posisi keuangan perusahaan, kinerja perusahaan, aliran kas perusahaan, dan informasi lain yang berkaitan dengan laporan keuangan dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Untuk memahami informasi laporan keuangan, analisis laporan keuangan sangat dibutuhkan (Gibson dan Boyer, 1980). Analisis laporan keuangan meliputi perhitungan dan interpretasi rasio keuangan (Mabruroh, 2004).

Salah satu teknik dalam analisis laporan keuangan adalah analisis rasio (Sudarini, 2005). Rasio-rasio keuangan memberikan informasi sederhana mengenai hubungan antara pos tertentu dengan pos lainnya sehingga memudahkan dan mempercepat dalam menilai kesehatan dan kinerja perusahaan.

Beberapa penelitian telah dilakukan dengan menghubungkan rasio keuangan dengan berbagai fenomena akuntansi dan ekonomi, antara lain evaluasi pengaruh CAMEL terhadap kinerja perusahaan yang dilakukan oleh Merkusiwati (2007). Penelitian ini dilakukan pada seluruh bank yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dari tahun 1997 sampai dengan 31 Desember 2001. Jumlah bank secara keseluruhan adalah 17 bank. Variabel bebas yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan komponen CAMEL. Variabel dependen yang digunakan adalah ROA.

Mengacu pada penelitian terdahulu, diduga rasio-rasio CAMEL (*Capital, Assets Quality, Management, Earning, dan Liquidity*) berpengaruh terhadap kinerja perbankan. Karena laba sebagai proksi dari kinerja, maka laporan akuntansi menempati posisi dominan sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan.

Hal tersebut menarik untuk diteliti, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh rasio keuangan pada tingkat profitabilitas perusahaan perbankan Indonesia. Maka pada penelitian ini mengambil kasus pada bank *go public* dari tahun 2005 hingga tahun 2009 dengan melakukan analisis kinerja keuangannya. Adapun rasio keuangan yang digunakan yakni *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Non Performing Loan* (NPL), BOPO, *Loan to Deposit Ratio* (LDR), *Giro Wajib Minimum* (GWM).

Kinerja perbankan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah struktur perbankan itu sendiri dalam suatu wilayah. Penelitian tentang struktur pasar akan memberikan gambaran tentang tingkat persaingan yang ada. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hanya bank-bank yang sehat yang akan mampu bertahan. Hanya perbankan yang berkinerja baik yang mampu untuk tumbuh menjadi bank yang (lebih) sehat (Subanidja, 2006).

Untuk menganalisis struktur industri perbankan dilihat nilai rasio konsentrasinya. Untuk mengukur pasar relevan, akan digunakan metode kuantitatif dengan tiga proxy relevan yaitu pasar kredit, pasar deposito (DPK), dan pasar aset (Ariyanto, 2004). Pengukuran dengan menggunakan rasio konsentrasi memiliki keuntungan yaitu relatif lebih mudah dipahami, dan untuk datanya relatif mudah didapatkan.

Rasio konsentrasi adalah bagian (persentase) penjualan di pasar yang dikuasai oleh sejumlah tertentu penjual terbesar dalam satu industri (Miller dan Meiners, 1986: 396). Rasio ini dapat diukur dengan berbagai ukuran yakni, 3 perusahaan terbesar, 4 perusahaan terbesar, 8 perusahaan terbesar atau 20 perusahaan terbesar. Kemudian, rasio ini dapat digunakan untuk mengukur derajat oligopoli pada tingkat konsentrasi tertentu dapat menjadi monopoli (Syofyan, 2002).

Tabel 1.3
Sepuluh Bank Umum dengan Pangsa Aset, Pangsa DPK, dan Pangsa Kredit Terbesar per Desember 2009 (dalam %)

Nama Bank	Pangsa thd Total Asset (%)	Nama Bank	Pangsa thd Total DPK (%)	Nama Bank	Pangsa thd Pangsa Kredit (%)
PT Bank Mandiri	15,00	PT Bank Mandiri	15,36	PT BRI (Persero)	14,53
PT BRI (Persero)	12,73	PT BRI (Persero)	13,06	PT Bank Mandiri	12,55
PT Bank Central Asia	11,32	PT Bank Central Asia	12,54	PT Bank Central Asia	8,67
PT BNI (Persero)	9,07	PT BNI (Persero)	9,67	PT BNI (Persero)	8,46
PT Bank CIMB Niaga	4,27	PT Bank CIMB Niaga	4,42	PT Bank CIMB Niaga	5,79
PT Bank Danamon Indonesia	3,87	PT Bank Danamon Indonesia	3,47	PT Bank Danamon Indonesia	4,24
PT Pan Indonesia Bank	3,05	PT Pan Indonesia Bank	2,89	PT Pan Indonesia Bank k	2,91
PT BII	2,35	PT BII	2,44	PT Bank Permata	2,91
PT BTN (Persero)	2,34	PT Bank Permata	2,35	PT BTN (Persero)	2,87
PT Bank Permata	2,25	PT BTN (Persero)	2,06	PT BII	2,62
Total	**66,25**	**Total**	**68,26**	**Total**	**65,55**

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia 2009, Bank Indonesia

Pada Tabel 1.3 terlihat sekali ketimpangan struktural perbankan di Indonesia dimana 10 bank menguasai lebih dari 65 persen dari total aset, total DPK dan total kredit perbankan keseluruhan. Dengan demikian, urat nadi perekonomian Indonesia ditentukan oleh kinerja 10 bank di atas yang cenderung didominasi oleh bank milik pemerintah seperti Bank Mandiri, BNI, dan BRI. Bank Mandiri , Bank BNI, Bank BCA dan BRI menguasai ketiga pangsa relevan di industri perbankan dengan total di atas 40 persen. Dari data terbaru yaitu tahun 2009 di atas, dapat diketahui nilai CR4 untuk pangsa aset sebesar 0,47 untuk pangsa DPK sebesar 0,50 dan untuk pangsa kredit sebesar 0,43 yang artinya ketiga pangsa pasar relevan di industri perbankan ini dikategorikan sebagai pasar yang berstruktur oligopoli yang menguasai

pasar lebih dari 40 persen, bahkan untuk pangsa DPK, 4 bank terbesar menguasai 50 persen dari total bank umum yang ada.

Adanya *fenomena gap* yaitu struktur pasar perbankan yang cenderung oligopoli jelas mempengaruhi perilaku bank yang mempunyai posisi dominan tersebut untuk mempertahankan profit supernormalnya, yaitu dengan enggan menyalurkan kredit bersuku bunga rendah dan bukan cerminan dari perilaku yang efisien. Maka perlu untuk dilakukan riset dengan mengkaji dan menganalisis struktur pasar yang akan berpengaruh terhadap kinerja industri perbankan ini.

2. TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Bank

Istilah bank bukan hal yang asing dalam pembicaraan masyarakat pada saat ini. Pada umumnya masyarakat mendefinisikan bank adalah tempat untuk menyimpan atau menabung dan meminjam dana. Menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan menurut Kasmir (2003: 11) menyatakan bahwa bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya.

2.2 Laporan Keuangan

Menurut SFAC No.1 (dalam Sudarini, 2005), laporan keuangan adalah sistem dan sarana pencapaian informasi tentang segala kondisi dan kinerja perusahaan terutama dari segi keuangan dan tidak terbatas pada apa yang dapat disampaikan melalui laporan keuangan. Adapun tujuan dari pelaporan keuangan menurut SFAC no. 1 (dalam Zainuddin dan Jogiyanto, 1999), yakni menyediakan informasi yang bermanfaat kepada investor, kreditor, dan pemakai lainnya baik yang sekarang maupun yang potensial dalam pembuatan investasi, kredit, dan keputusan sejenis secara rasional.

2.3 Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan adalah metode analisis untuk mengetahui hubungan dari pos-pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi secara individu ataupun secara kombinasi dari kedua laporan tersebut (Munawir, 2001: 536)

Analisis rasio keuangan memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi perubahan-perubahan pokok pada trend, jumlah, dan hubungan serta alasan perubahan tersebut. Hasil analisis laporan keuangan akan membantu menginterpretasikan berbagai hubungan kunci serta kecenderungan yang dapat memberikan dasar pertimbangan mengenai potensi keberhasilan perusahaan di masa mendatang (dalam Etty dan Titik, 2000).

2.4 Analisis Kinerja Perbankan

Rivai, Veithzal, dan Idroes dalam bukunya yang berjudul *Bank and Financial Institution Management* (2007: 699) menguraikan sebagaimana layaknya suatu perusahaan yang setiap saat atau secara berkala perlu melakukan analisis terhadap kinerja perusahaan tersebut, demikian pula halnya dengan bank yang selain untuk kepentingan manajemen, pemilik atau pemerintah (melalui Bank Indonesia) sebagai upaya untuk mengetahui kondisi usaha saat ini dan sekaligus untuk memudahkan dalam menentukan kebijakan bisnisnya untuk masa yang akan datang. Analisis kinerja ini dilakukan meliputi seluruh aspek, baik operasional maupun nonoperasional bank tersebut. Banyak metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja suatu bank yang juga lazim dianut oleh bank-bank di dunia, selain yang umum berlaku di Indonesia sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia yang dikenal dengan "penilaian tingkat kesehatan bank".

Bank Indonesia dalam menilai tingkat kesehatan suatu bank pada dasarnya menggunakan pendekatan kualitatif atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi bank. Menurut peraturan BI No.6/10/PBI/2004 metode yang digunakan dalam menilai kinerja perbankan yakni CAMELS yang komponennya meliputi *Capital, Asset Quality, Management, Earning, Liquidity,* dan *Sensitivity to Market* (Rivai, Veithzal, dan Idroes, 2007: 709).

2.5 Profitabilitas

Pengertian rentabilitas atau profitabilitas, Riyanto dalam bukunya Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan (1996: 35) mengemukakan bahwa:

"Rentabilitas menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tesebut atau dengan kata lain profitabiltas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu".

Demikian pula dijelaskan oleh Wasis dalam bukunya Perbankan Pendekatan Manajerial (1993: 117) sebagai berikut:

"*Profitability* atau profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam hal ini adalah bank, untuk memperoleh laba".

Pada penelitian ini digunakan Return on Asset (ROA) digunakan sebagai proksi menghitung profitabilitas. ROA berfungsi untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pengoperasian aktiva yang dimiliki. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin lebih baik pula posisi bank terebut dari segi penggunaan asset (Dendawijaya, 2001:120). Sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia ROA bank ditetapkan minimal 1,25% dan juga merupakan indikator kepercayaan masyarakat kepada perbankan terhadap pengelolaan aset bank (Mintarti, 2009). Laba yang besar akan menarik investor karena perusahaan memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Mengacu pada Surat Edaran Bank Indonesia Nomor

6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 dimana ROA didefinisikan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{Laba\ sebelum\ pajak}{Rata{-}rata\ Total\ Assets}\ x\ 100 \text{.....(2.1)}$$

2.6 Teori *Structure-Conduct-Performance* (SCP)

Paradigma SCP adalah pendekatan organisasi industri, digunakan untuk menganalisis hubungan antara kinerja pasar, perilaku pasar, dan struktur pasar. Paradigma ini menunjukkan bahwa struktur pasar menentukan perilaku pasar, dan dengan demikian menentukan tingkat kinerja pasar.

Selama dua dekade terakhir, sifat hubungan antara struktur pasar di mana bank beroperasi (terkonsentrasi vs pasar kompetitif) dan kinerja telah diteliti dalam sejumlah studi empiris. Dua penelitian utama dapat dibedakan: pendekatan struktur pasar atau tradisional dan pendekatan efisiensi.

Menurut paradigma SCP mengenai pendekatan struktur pasar, konsentrasi pasar yang lebih tinggi memungkinkan bank untuk memanfaatkan kekuatan pasar mereka untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Pendekatan struktur pasar menunjukkan bahwa kolusi secara eksplisit atau diam-diam lebih mungkin terjadi di pasar dengan pesaing yang terbatas, dan harus menghasilkan statistik hubungan positif yang signifikan antara konsentrasi pasar dan profitabilitas perusahaan yang beroperasi di pasar. Namun, menafsirkan keuntungan yang lebih tinggi di pasar lebih terkonsentrasi sebagai bukti dari kekuatan pasar ini bermasalah karena ada penjelasan alternatif yang masuk akal.

Di sisi lain, pendekatan efisiensi menunjukkan bahwa beberapa bank cenderung lebih efisien dari yang lain, dan, sebagai hasilnya, akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Jika bank juga meraih pangsa pasar yang lebih tinggi sehingga membuat mereka pasar lebih terkonsentrasi, akan terlihat konsentrasi yang mengarah pada keuntungan yang lebih tinggi, padahal baik konsentrasi dan profitabilitas tinggi disebabkan oleh efisiensi yang lebih tinggi (Demsetz, 1974; Smirlock, 1985; dan Bresnahan, 1989). Dengan demikian, di bawah paradigma efisiensi, tingkat konsentrasi tidak dianggap sebagai cerminan dari perilaku kolusi bank, namun konsekuensi dari efisiensi unggul dari perusahaan bank (Al-Obaidan, 2008).

2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Perumusan Hipotesis

a. Pengaruh CAR Terhadap *Return on Asset* (ROA)

CAR mencerminkan modal sendiri perusahaan, semakin besar CAR maka semakin besar kesempatan bank dalam menghasilkan laba, karena dengan modal yang besar, manajemen bank sangat leluasa dalam menempatkan

dananya kedalam aktivitas investasi yang menguntungkan.

Menurut Zimmerman (2000), *capital*/modal merupakan salah satu variabel yang dapat digunakan sebagai dasar pengukuran kinerja bank, yang tercermin dalam komponen CAMEL rating (*Capital, Asset, Management, Earning, Liquidity*). Oleh karena itu besarnya modal suatu bank akan mempengaruhi jumlah aktiva produktif, sehingga semakin tinggi *asset utilization*, maka modal harus bertambah besar.

Pemikiran tersebut didukung oleh Mawardi (2005), Werdaningtyas (2002), Mabruroh (2004) Suyono (2005), Triono (2007), dan Mahardian (2010) yang menguji pengaruh CAR terhadap ROA, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CAR mempunyai pengaruh yang positif terhadap ROA bank, dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: CAR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum.

b. Pengaruh NPL Terhadap *Return on Asset* (ROA)

NPL merupakan rasio yang dipergunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam mengukur risiko kegagalan pengembalian kredit oleh debitur (Mabruroh, 2004). Oleh karena itu, 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.

Mawardi (2005) dalam penelitiannya menguji pengaruh NPL terhadap ROA bank dimana hasil penelitiannya menunjukkan hasil yang negatif berpengaruh terhadap kinerja bank artinya besarnya risiko kredit bank mempengaruhi kinerja bank sehingga perlu dilakukan peneliitian lanjutan yang menguji pengaruh NPL terhadap ROA. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Mabruroh (2004), Suyono (2005) dan Nugroho (2011), dimana ditemukan NPL berpengaruh negatif terhadap ROA. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : NPL berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum.

c. Pengaruh BOPO terhadap *Return on Asset* (ROA)

Rasio BOPO menunjukkan efisiensi bank dalam menjalankan usaha pokoknya, terutama kredit, dimana sampai saat ini pendapatan bank-bank di Indonesia masih didominasi oleh pendapatan bunga kredit. Semakin kecil BOPO menunjukkan semakin efisien bank dalam menjalankan aktivitas usahanya. Semakin tinggi biaya pendapatan maka bank menjadi tidak efisien sehingga ROA makin kecil. Dengan kata lain, BOPO berhubungan negatif dengan kinerja bank sehingga diprediksikan juga berpengaruh negatif terhadap ROA.

Mawardi (2005) dalam penelitiannya yang menguji pengaruh BOPO terhadap ROA pada

bank umum di Indonesia periode tahun 1998-2001, menunjukkan bahwa BOPO mempunyai pengaruh yang negatif terhadap ROA. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suyono (2005), Mahardian (2010), dan Nugroho (2011), dimana dalam penelitian mereka menunjukkan bahwa BOPO berpengaruh negatif terhadap ROA. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: BOPO berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum.

d. Pengaruh LDR Terhadap *Return on Asset* (ROA)

LDR merupakan ukuran likuiditas yang mengukur besarnya dana yang ditempatkan dalam bentuk kredit yang berasal dari dana yang dikumpulkan oleh bank (terutama dana masyarakat). Semakin tinggi LDR maka semakin tinggi dana yang disalurkan ke dana pihak ketiga. Jika rasio LDR bank berada pada standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, maka laba yang dieproleh bank tersebut sksn meningkat (dengan asumsi bank tersebut mampu menyalurkan kreditnya dengan efektif). Dengan meningkatnya laba, maka ROA juga akan meningkat, karena laba merupakan komponen yang membentuk ROA. Oleh karena itu, LDR berpengaruh positif terhadap ROA.

Penelitian yang dilakukan oleh Triono (2007) juga menunjukkan LDR berpengaruh positif terhadap perubahan laba. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Suyono (2005), Triono (2007), Mahardian (2010), Nugroho (2011), dan Husnah (2006) yang menyatakan bahwa LDR berpengaruh positif terhadap ROA. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis kelima sebagai berikut:

H4: LDR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum.

e. Pengaruh GWM Terhadap *Return on Asset* (ROA)

GWM merupakan tingkat likuiditas yang dijamin oleh bank sentral (Bank Indonesia) yang ditunjukkan dengan besarnya giro yang disetorkan oleh bank kepada BI. Semakin tinggi GWM semakin besar likuiditas bank dijamin oleh BI, sehingga jika terjadi kesulitan likuiditas bank tersebut dapat meminjam secara langsung kepada BI.

Aturan yang ketat mengenai GWM sering kali menjadi suatu tekanan bagi perbankan karena aturan ini menyebabkan perbankan harus menyimpan dananya dalam bentuk Saldo Giro pada BI sehingga menjadi adanya aktiva yang tidak menghasilkan sebesar GWM utama yakni 5% dari Dana Pihak Ketiga sehingga dari dana yang tidak produktif ini menimbulkan *cost of fund* yang tentu saja akan mengurangi pendapatan bank.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Triono (2007) menunjukkan GWM berpengaruh negatif terhadap perubahan laba pada dua tahun mendatang. Hal ini diduga *cost of fund* akan mengurangi pendapatan bank. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis keenam sebagai berikut:

H5: GWM berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum.

f. Pengaruh Rasio Konsentrasi (CR4) Terhadap *Return on Asset* (ROA)

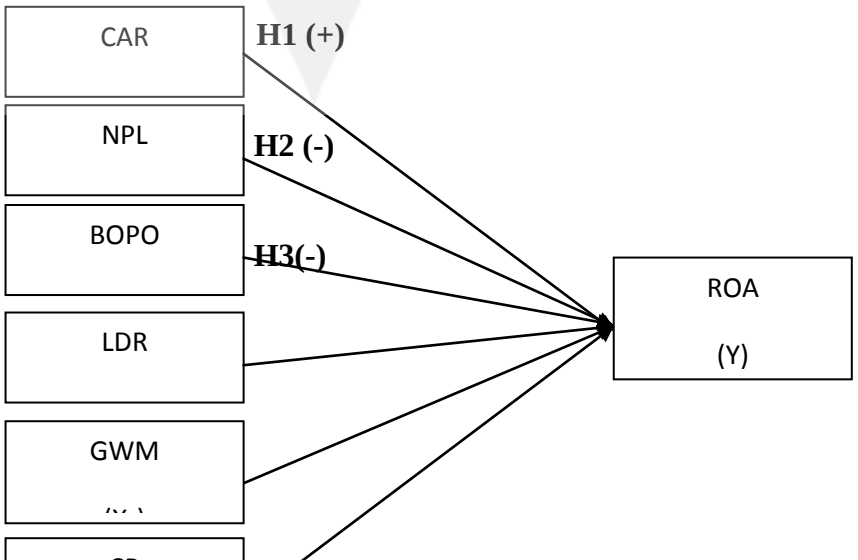
Tingkat konsentrasi merupakan indikator dari struktur pasar. Ketika empat perusahaan terbesar dalam induatri secara bersama-sama menyumbang 40% atau lebih dari pangsa pasar, masing-masing perusahaan harus waspada (Martin, 1994). Dalam industri perbankan, untuk mengukur tingkat konsentrasi digunakan beberapa pengukuran pada pangsa aset, pangsa kredit, dan pangsa dana pihak ketiga yang merupakan pangsa pasar relevan. Salah satu pengukuran derajat konsentrasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis CR4 pada pangsa dana pihak ketiga dengan alasan karena pada pangsa DPK ini disinyalir terjadi persaingan atau perebutan pasar antar bank dengan strategi yang digunakan oleh masing-masing bank karena ditemukan memiliki nilai CR4 yang paling tinggi diantara kedua pangsa pasar yang lain.

Pada penelitian yang dilakukan Syofyan (2002), CR berpengaruh positif terhadap ROA. Perbankan di Indonesia cenderung mendukung *traditional structure hypothesis*, artinya konsentrasi pasar yang lebih tinggi memungkinkan bank untuk memanfaatkan kekuatan pasar mereka untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh Tregenna (2005), dimana ditemukan hasil positif antara konsentrasi dengan profitabilitas. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis ketujuh sebagai berikut:

H6: CR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum.

Dari uraian diatas dan hasil dari penelitian terdahulu, maka yang menjadi variabel di dalam penelitian ini adalah *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Non Performing Loan* (NPL), BOPO, *Loan to Deposit Ratio* (LDR), Giro Wajib Minimum (GWM), Rasio Konsentrasi (CR4), sebagai variabel independen (bebas) dan *Return On Assets* (ROA) sebagai variabel dependen (terikat). Sehingga kerangka pikir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Pengaruh CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan CR4 Terhadap ROA



H4 (+)

H5 (-)

H6(+)

Sumber: Syofyan (2002), Mabruroh (2004), Mawardi (2005), Suyono (2005), Triono (2007), Mahardian (2010), Nugroho (2011), Ali, Akhtar dan Sadaqat (2011)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Sebagai variabel tak bebas (variabel dependen) dalam penelitian ini yaitu profitabilitas. Profitabilitas diukur melalui *return on assets* (ROA). ROA yang digunakan dalam penelitian mengacu pada Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004 dimana didefinisikan sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{Laba\ sebelum\ pajak}{Rata{-}rata\ Total\ Assets}\ x\ 100 \quad \text{.....(3.1)}$$

Variabel independen berupa rasio-rasio keuangan antara lain CAR, NPL, BOPO, NIM, LDR, GWM, dan Rasio Konsentrasi (CR). Masing-masing variabel didefinisikan sebagai berikut :

a. Capital Adequacy Ratio (CAR)

CAR merupakan rasio permodalan yang menunjukkan kemampuan bank dalam menyediakan dana untuk keperluan pengembangan usaha dan menampung kemungkinan risiko kerugian yang mungkin terjadi dalam kegiatan operasional bank (Achmad Kusono, 2003). Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23./DPNP tanggal 31 Mei 2004, CAR dirumuskan:

$$\text{CAR} = \frac{\text{Modal Bank}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Risiko}} x100\% \quad \text{.....(3.2)}$$

b. Non Performing Loan (NPL)

Rasio ini menunjukkan bahwa kemampuan manajemen bank dalam mengelola kredit bermasalah yang diberikan oleh bank. Kredit dalam hal ini adalah kredit yang diberikan kepada pihak ketiga tidak termasuk kredit kepada bank lain.

Kredit bermasalah adalah kredit dengan kualitas kurang lancar, diragukan, dan macet (Almilia dan Herdiningtyas,2005). Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23./DPNP tanggal 31 Mei 2004, rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPL} = \frac{\text{Kredit Bermasalah}}{\text{Total Kredit}} \text{ x } 100\% \quad \text{.....(3.3)}$$

c. Rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank untuk mengandalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional. Biaya operasional dihitung berdasarkan penjumlahan dari total beban bunga dan total beban operasional lainnya. Perndapatan operasional adalah penjumlahan dari total pendapatan bunga dan total pendapatan operasional lainnya (Almilia dan Herdiningtyas, 2005). Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23./DPNP tanggal 31 Mei 2004, rasio ini dapat dirumuskan:

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Biaya (Beban) Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \text{x } 100\% \quad \text{.....(3.4)}$$

d. Loan to Deposit Ratio (LDR)

Menurut Dendawijaya (2001), LDR adalah rasio antara seluruh jumlah kredit yang diberikan bank dengan dana yang diterima oleh bank. Rasio ini menunjukkan salah satu penilaian likuiditas bank dan menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23./DPNP tanggal 31 Mei 2004, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\boldsymbol{LDR} = \frac{\boldsymbol{KREDIT}}{\boldsymbol{DANA\ PIHAK\ KETIGA}} \boldsymbol{x}\ \mathbf{100}\% \quad \text{.....(3.5)}$$

e. Giro Wajib Minimum (GWM)

GWM yaitu simpanan minimum oleh bank dalam bentuk saldo rekening giro Rupiah pada Bank Indonesia yang besarnya ditetapkan oleh Bank Indonesia sebesar persentase tertentu dari DPK (Muhammad 2002:324 dalam Husnah, 2006). Rumus GWM Rupiah yakni (Husnah, 2006):

$$GMW = \frac{giro\ pada\ BI}{dana\ pihak\ ketiga} \times 100\% \quad \text{.....(3.6)}$$

f. Rasio Konsentrasi (CR)

CR adalah bagian (prosentase) penjualan di pasar yang dikuasai oleh sejumlah tertentu penjual terbesar dalam industri. Rasio konsentrasi ini dapat diukur dengan menggunakan berbagai ukuran yakni: 3 perusahaan terbesar, 4 perusahaan terbesar, 8 perusahaan terbesar atau 20 perusahaan

terbesar (Syofyan, 2002). Dalam penelitian variabel yang akan dijadikan ukuran konsentrasi adalah variabel dana pihak ketiga (DPK). Cara menghitungnya yakni dengan merangking besarnya total DPK seluruh bank umum dalam industri perbankan dan ditentukan empat bank umum dengan DPK terbesar, kemudian dijumlahkan dan selanjutnya dibagi dengan total DPK dari keseluruhan bank umum. Secara matematis dirumuskan sebagai berikut (Syofyan, 2002):

$$CR = \frac{\sum Deposit\ 4\ Bank\ Terbesar}{\sum Deposit\ Bank} \text{ x } 100\% \quad \text{.....(3.7)}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Arikunto (2002:108) memberikan pengertian populasi sebagai keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini yang digunakan adalah seluruh bank umum yang beroperasi di Indonesia dan tercatat di dalam direktori perbankan Indonesia yang diterbitkan oleh Bank Indonesia. Dari direktori tersebut, jumlah bank umum selama periode penelitian sejumlah 121 bank.

Adapun tehnik pengambilan sampel dilakukan dengan cara pemilihan sampel bertujuan (*purposive sampling*) dengan metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan (*Judgement Sampling*) yakni pengambilan sampel didasarkan pada penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Mudrajad Kuncoro 2003, p. 119). Berikut penggolongan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan di atas:

Tabel 3.1
Klasifikasi Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1)	Seluruh bank umum yang terdaftar di BEI selama periode 2005-2009.	32
2)	Seluruh bank umum yang terdaftar secara konsisten di BEI dan tidak melakukan merger dan akusisi selama periode 2005-2009.	22
3)	Seluruh bank umum yang terdaftar secara konsisten di BEI yang memiliki rata-rata ROA positif selama periode 2005-2009.	19

4)	Seluruh bank umum yang terdaftar secara konsisten di BEI yang memiliki rata-rata ROA positif dan di atas 1,25% selama periode 2005-2009.	17

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan, dan direktori perbankan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan laporan lainnya dari *Indonesian Capital Market Directory* periode 2005-2009.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara sebagai berikut:

a. Melakukan pencatatan langsung dari ICMD, Direktori Perbankan Indonesia dan laporan keuangan publikasi bank sebagai dasar untuk perhitungan variabel penelitian;

b. Telaah kepustakaan, untuk memperoleh bahan kepustakaan terutama teori yang mendukung penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data

Untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian bisa digunakan analisis statistik deskriptif. Kemudian sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda, harus dilakukan uji penyimpangan asumsi klasik terlebih dahulu. Uji ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian yang ada dalam model regresi. Pengujian yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda linear sebagai berikut:

$$Y_{1(ROA)} = a + b_1CAR_1 + b_2NPL_2 + b_3BOPO_3 + b_4LDR_4 + b_5GWM_5 + b_6CR_6 + e \quad .....(3.8)$$

Keterangan :

a = Konstanta

$b_1 - b_6$ = Koefisien regresi dari setiap variabel independen

e = Kesalahan / gangguan

Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fitnya.* Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t (Ghozali, 2009: 87).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan analisis regresi berganda, suatu persamaan regresi harus memiliki data yang terdistribusi normal, tidak menunjukkan adanya multikolinearitas, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dan tidak ada autokorelasi agar diperoleh persamaan regresi yang baik dan tidak bias. Dari hasil uji asumsi

klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan memenuhi syarat untuk melakukan analisis regresi linear berganda yang baik. Apabila masing - masing koefisien variabel independen telah distandardisasi lebih dahulu sehingga tidak ada konstanta maka kita menggunakan *standardized coefficients*. Sedangkan untuk variabel independen yang tidak distandardisasi sehingga perbedaan unit dan ukuran tidak dieliminasi oleh *standardized coefficients* maka kita menggunakan *unstandardized coefficients*. Hasil persamaan model regresi linear berganda ditunjukkan tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.597	3.550		1.295	.199		
	CAR	.006	.006	.037	.917	.362	.929	1.076
	NPL	-.006	.012	-.020	-.478	.634	.890	1.124
	BOPO	-.117	.005	-.925	-22.576	.000	.897	1.115
	LDR	.011	.003	.171	3.874	.000	.777	1.287
	GWM	.036	.014	.117	2.586	.012	.740	1.352
	CR4	.087	.050	.068	1.733	.087	.985	1.015

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 17, 2011

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi berikut :

ROA=4,597+0,006CAR–0,006NPL
0,117BOPO+0,011LDR+0,036GMW+0,087CR4
.....(4.1)

Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* pada analisis regresi berganda. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel – variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variansi dependen (Ghozali,2007: 87). Namun penggunaan koefisien determinasi mempunyai kelemahan mendasar, yaitu setiap terdapat penambahan satu variabel independen maka nilai R^2 akan meningkat baik variabel tersbeut berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dengan alasan tersbeut maka digunakan nilai adjusted R square untuk menjelaskan variasi variabel independen variabel dependen supaya nilai R^2 nya konstan.

Tabel 4.2
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939[a]	.882	.873	.34986	1.672

a. Predictors: (Constant), CR4, NPL, CAR, LDR, BOPO, GWM

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 17, 2011

Dari tabel 4.2 diatas tampak output SPSS model summary yang menunjukkan nilai *adjusted R square* 0,873. Artinya, sebesar 87,3% variasi ROA dapat dijelaskan oleh variabel CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, CR4. Sedangkan sisanya (100% - 87,3% = 12,7%) dijelaskan oleh faktor – faktor lain di luar model.

2. Uji Hipotesis Secara simultan (Uji F Statistik)

Uji F statistik untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil uji F satistik pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.705	6	11.951	97.637	.000[a]

	Residual	9.547	78	.122		
	Total	81.253	84			

a. Predictors: (Constant), CR4, NPL, CAR, LDR, BOPO, GWM

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 17, 2011

Berdasarkan Uji F diatas, diketahui nilai F_{hitung} sebesar 97,637 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (97,637 > 4,28) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan CR4 secara simultan atau bersama – sama mempengaruhi variabel dependen ROA.

3. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t Statistik)

Uji t statistik dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel independen yang dimasukkan ke dalam model yaitu, CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan CR4 mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu ROA secara parsial dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan. Rumusan hipotesis yang berlaku adalah :

H_0 = tidak ada pengaruh positif/negatif dari variabel independen terhadap variabel dependen

H_1 = ada pengaruh positif/negatif dari variabel independen terhadap varaiabel dependen

Hipotesis H_0 akan diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, sedangkan hipotesis H_1 akan diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Suatu variabel dependen dikatakan signifikan jika memiliki nilai signifikansi < 0,05. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t tampak pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis dengan Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.597	3.550		1.295	.199		
	CAR	.006	.006	.037	.917	.362	.929	1.076

NPL	-.006	.012	-.020	-.478	.634	.890	1.124
BOPO	-.117	.005	-.925	-22.576	.000	.897	1.115
LDR	.011	.003	.171	3.874	.000	.777	1.287
GWM	.036	.014	.117	2.586	.012	.740	1.352
CR4	.087	.050	.068	1.733	.087	.985	1.015

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 17, 2011

1. Interpretasi Hasil Pengujian Statistik untuk H_1

Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum. Dengan variabel dependen ROA, dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi variabel CAR dengan arah positif sebesar 0,006. Nilai t_{hitung} variabel X_1 sebesar 0,917 dengan signifikansi 0,362. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,917 < 1,943) dan signifikansi 0,362 > 0,05, dapat diartikan bahwa variabel X_1 (CAR) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y_1 (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum **ditolak**.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mawardi (2005) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CAR tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets*. Tidak signifikannya hasil penelitian ini karena sebagian besar bank mempunyai CAR jauh lebih besar dari 8%. Namun, pada kenyataannya sampai saat ini bank belum optimal fungsi intermediasinya, karena dari modal yang besar itu, bank belum dapat melempar pinjaman sesuai dengan yang diharapkan seperti tampak pada LDR bank yang diteliti rata-rata masih di bawah 85% sehingga pendapatan atas bunga juga kurang optimal. Tidak signifikannya CAR terhadap ROA juga disebabkan karena pengelolaan aktiva yang kurang efisien, dimana nilai BOPO yang masih tinggi yakni di atas 80%. Dengan kata lain modal besar yang dimiliki perusahaan kurang optimal pengelolaannya sehingga profit yang dihasilkan tidak terlalu signifikan sesuai peningkatan modal tersebut. Selain itu, sebagian dana pihak ketiga yang berupa simpanan dana masyarakat oleh Bank, disimpan dalam bentuk giro di Bank Indonesia dan melebihi dari ketentuan minimum yakni diatas 5% dimana ATMR giro wajib minimum oleh bank adalah 0, dengan demikian ATMR bank relatif kecil sehingga CAR tetap besar.

2. Interpretasi Hasil Pengujian Statistik untuk H_2

Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa NPL berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum. Dengan variabel dependen ROA, dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi variabel NPL dengan arah negatif sebesar

0,006. Nilai t_{hitung} variabel X_2 sebesar -0,478 dengan signifikansi 0,634. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,478 < 1,943) dan signifikansi 0,634 > 0,05, dapat diartikan bahwa variabel X_2 (NPL) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y_1 (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama (H_2) yang menyatakan bahwa NPL berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum **ditolak**.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa risiko usaha bank tercermin dalam NPL tidak berpengaruh terhadap ROA, dimana dapat dilihat dari banyaknya NPL bank yang rendah. Hal ini sangat dimungkinkan karena proporsi kredit bermasalah pada bank umum yang listing tidak begitu besar sehingga tidak mempengaruhi ROA. Hasil ini mendukung penelitian Suyono (2005) yang menyebutkan bahwa NPL tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA).

3. Interpretasi Hasil Pengujian Statistik untuk H_3

Hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa BOPO berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum. Dengan variabel dependen ROA, dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi variabel BOPO dengan arah negatif sebesar 0,117. Nilai t_{hitung} variabel X_3 sebesar -22,576 dengan signifikansi 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (-22,576 > 1,943) dan signifikansi 0,000 < 0,05, dapat diartikan bahwa variabel X_3 (BOPO) mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap variabel Y_1 (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama (H_3) yang menyatakan bahwa BOPO berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum **dapat diterima**.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mawardi (2005). Tanda minus koefisien beta dan BOPO menunjukkan bahwa semakin besar perbandingan total biaya operasi dengan pendapatan operasi akan berakibat turunnya ROA. Kondisi ini terjadi disebabkan setiap peningkatan biaya operasi bank, yang tidak dibarengi dengan peningkatan pendapatan operasi akan berakibat berkurangnya laba sebelum pajak, yang pada akhirnya akan menurunkan ROA.

4. Interpretasi Hasil Pengujian Statistik untuk H_4

Hipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa LDR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum. Dengan variabel dependen ROA, dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi variabel LDR dengan arah positif sebesar 0,011. Nilai t_{hitung} variabel X_4 sebesar 3,874 dengan signifikansi 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,874 > 1,943) dan signifikansi 0,000 < 0,05, dapat diartikan bahwa variabel X_4 (LDR) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y_1 (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama (H_4) yang menyatakan bahwa LDR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum **dapat diterima.**

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Suyono (2005). Dari aspek profitabilitas, LDR yang semakin tinggi akan membawa perusahaan ke tingkat profitabilitas yang tinggi. Karena dengan LDR yang tinggi, berarti bank tersebut telah menjalankan

fungsinya dengan maksimal yaitu menyalurkan dananya kepada masyarakat. Dengan LDR yang tinggi akan diperoleh pendapatan bunga yang tinggi pula, asalkan (NPL) *non perfoming loans* rendah (<5%). Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian NPL di atas, dimana pengaruhnya tidak signifikan karena rata-rata rasio yang masih rendah. Dengan kondisi tersebut maka tingkat profitabilitas bank yang diproksikan dengan ROA juga akan baik.

5. Interpretasi Hasil Pengujian Statistik untuk H_5

Hipotesis keempat (H_5) menyatakan bahwa GWM berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum. Dengan variabel dependen ROA, dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi variabel GWM dengan arah positif sebesar 0,036. Nilai t_{hitung} variabel X_5 sebesar 2,586 dengan signifikansi 0,012. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,586 > 1,943) dan signifikansi 0,012 < 0,05, dapat diartikan bahwa variabel X_5 (GWM) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y_1 (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama (H_5) yang menyatakan bahwa GWM berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum **ditolak**.

Hasil pengujian parsial untuk variabel GWM menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank dikarenakan peningkatan dalam GWM akan akan membuat perbankan tahan terhadap krisis finansial. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: aliran dana jangka pendek bisa dikelola dengan lebih berhati-hati oleh perbankan. Jika terjadi penarikan secara besar-besaran oleh nasabah, perusahaan bisa tetap likuid. Hal ini membuat perbankan nasional semakin sehat dan kuat. Dengan potensi pertumbuhannya yang sangat besar, bisnis perbankan akan semakin menarik dan saham-saham perbankan akan kian atraktif dan pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas perbankan. Selain itu, bank mempunyai selisih saldo positif pada giro yang ditempatkan pada BI sehingga dari selisih saldo positif ini bank memperoleh bunga yang tentunya memberikan kontribusi bagi pendapatan bank sehingga memperkecil *cost of fund* yang tertanam. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Husnah (2006) dan Mabruroh (2004).

6. Interpretasi Hasil Pengujian Statistik untuk H_6

Hipotesis keempat (H_6) menyatakan bahwa CR4 berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum. Dengan variabel dependen ROA, dari hasil penelitian diperoleh koefisien regresi variabel CR4 dengan arah positif sebesar 0,087. Nilai t_{hitung} variabel X_6 sebesar 1,733 dengan signifikansi 0,087. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,733 < 1,943) dan signifikansi 0,087 > 0,05, dapat diartikan bahwa variabel X_6 (CR4) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y_1 (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama (H_6) yang menyatakan bahwa CR4 berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA) pada bank umum **ditolak.**

Hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi yang positif sebesar 0,087. Nilai koefisien yang positif

menunjukkan bahwa variabel CR4 berpengaruh positif terhadap ROA. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi CR4, maka nilai ROA juga akan semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Syofyan (2002) yang menyebutkan bahwa perbankan di Indonesia cenderung mendukung *traditional structure hypothesis*, artinya konsentrasi pasar yang lebih tinggi memungkinkan bank untuk memanfaatkan kekuatan pasar mereka untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Konsentrasi merupakan proksi dari kekuasaan pasar (*market power*) dimana konsentrasi pasar yang semakin tinggi menyebabkan biaya untuk melakukan kolusi menjadi rendah sehingga perusahaan dalam industri tersebut akan mendapatkan laba supernormal. Tindakan kolusif antar bank adalah dengan melakukan strategi penyeragaman tingkat suku bunga. Jadi, tingkat profitabilitas yang meningkat yang dipengaruhi oleh meningkatnya konsentrasi pasar merefleksikan bahwa industri perbankan Indonesia belum efisien dan menolak hipotesis efisiensi. Namun, hendaknya bank sebagai entitas bisnis dapat berperilaku efisien sehingga peningkatan pangsa pasar dapat meningkatkan profitabilitas.

Tidak signifikannya hasil penelitian diduga disebabkan karena terbatasnya sampel penelitian yakni hanya pada 17 bank umum dari populasi bank umum sehingga tidak cukup menjelaskan bagaimana tingkat konsentrasi dan persaingan dalam menghimpun dana pihak ketiga antar bank umum yang ada di Indonesia. Selain itu, dalam penentuan sampel kriteria yang ditentukan, salah satu nya yakni bank yang memiliki ROA di atas 1,25%, sehingga ditemukan homogenitas data ROA, sehingga tidak ditemukan ketimpangan laba yang supernormal pada empat perusahaan terbesar di pasar dengan keseluruhan perusahaan yang diteliti.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat disimpulkan bahwa:

a. Variabel CAR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas bank sehingga H1 yang menyatakan bahwa rasio CAR berpengaruh positif terhadap ROA bank ditolak.

b. Variabel NPL berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas bank sehingga H2 yang menyatakan bahwa rasio NPL berpengaruh negatif terhadap ROA bank ditolak.

c. Variabel BOPO berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas bank sehingga H3 yang menyatakan bahwa rasio BOPO berpengaruh negatif terhadap ROA bank dapat diterima.

d. Variabel LDR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank sehingga H4 yang menyatakan bahwa rasio LDR berpengaruh positif terhadap ROA bank dapat diterima.

e. Variabel GWM berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank sehingga H5 yang

menyatakan bahwa rasio GWM berpengaruh negatif terhadap ROA bank ditolak.

f. Rasio konsentrasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas bank sehingga H6 yang menyatakan bahwa rasio konsentrasi berpengaruh positif terhadap ROA bank ditolak.

2. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 97,367 dengan probabilitas 0,000. Dengan signifikansi sebesar 0,000, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi profitabilitas bank atau dapat dikatakan bahwa CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan Rasio Konsentrasi mempunyai pengaruh terhadap ROA bank.

3. Hasil uji koefisien determinasi, besarnya nilai adjusted R^2 dalam model regresi sebesar 0,882. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independen yaitu CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan Rasio Konsentrasi terhadap variabel dependen (ROA) yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 87,3% sedangkan sisanya sebesar 12,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan Rasio Konsentrasi semakin kuat pengaruhnya dalam menjelaskan variabel terikat (ROA).

6. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian. Adapun rasio-rasio keuangan bank yang digunakan sebagai dasar untuk memprediksi ROA hanya terbatas pada CAR, NPL, BOPO, LDR, GWM, dan Rasio Konsentrasi.

7. SARAN

Berdasarkan hasil perhitungan analisis transformasi regresi, maka terlihat bahwa nilai koefisien untuk masing-masing variabel yang memiliki pengaruh paling besar dan signifikan terhadap Return On Asset (ROA) perbankan adalah Giro Wajib Minimum (GWM) dengan nilai koefisien transformasi regresi sebesar 0,036; Loan to Deposit Ratio (LDR) dengan nilai koefisien transformasi regresi sebesar 0,011; serta BOPO dengan nilai koefisien transformasi regresi sebesar -0,117. Oleh karena itu, dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Variabel Giro Wajib Minimum (GWM) dan Loan to Deposit Ratio (LDR) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, serta BOPO yang memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan sehingga para investor dapat melihat ketiga variabel tersebut dalam menentukan strategi investasi mereka.

2. Bagi emiten, pergerakan rasio BOPO haruslah menjadi perhatian khusus agar perusahaannya selalu berada pada tingkat efisiensi yang bisa menghasilkan laba yang maksimal, sehingga kinerja yang dicapai akan selalu meningkat. Dengan melihat variabel BOPO, emiten (perusahaan) juga diharapkan dapat memperkecil besarnya BOPO, sehingga biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan

akan semakin efisien. Bank Indonesia menetapkan angka terbaik untuk rasio BOPO adalah dibawah 90%, yang artinya bank tersebut dapat dikategorikan efisien dalam menjalankan operasinya.

3. Bagi emiten, pergerakan rasio GWM dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengelola aliran dana jangka pendek dengan lebih berhati-hati. Sebetulnya ada *trade off* antara likuiditas dan profitabilitas. Jadi, bila bank terlalu besar mengalokasikan dananya dalam GWM, maka lebih banyak dana yang menganggur yang justru akan menurunkan tingkat profitabilitas. Oleh karena itu, peningkatan rasio ini harus dibarengi dengan peningkatan kinerja bank khususnya dalam memaksimalkan fungsi intermediasi.

4. Bagi emiten, dengan melihat variabel Loan to Deposit Ratio (LDR) maka diharapkan emiten (perusahaan) dapat menjaga besarnya Loan to Deposit Ratio (LDR) antara 85% - 110% sesuai dengan standar yang digunakan oleh Bank Indonesia. Jika besarnya Loan to Deposit Ratio (LDR) 85% - 110% maka emiten (perusahaan) optimal, sehingga bank dapat memenuhi permintaan kredit yang diajukan tanpa terjadi penangguhan. Sedangkan jika besarnya Loan to Deposit Ratio (LDR) lebih dari 110%, maka emiten (perusahaan) tersebut beresiko, sehingga bank pada saat ini dianjurkan untuk tidak memenuhi permintaan kredit karena dikhawatirkan terjadi penangguhan dalam pembayaran kreditnya. Hal ini berarti bahwa total kredit yang diberikan bank tersebut melebihi dana yang dihimpun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Loan to Deposit Ratio (LDR) menunjukkan semakin riskan kondisi likuiditas bank, sebaliknya semakin rendah Loan to Deposit Ratio(LDR) menunjukkan kurangnya efektifitas bank dalam menyalurkan kredit sehingga hilangnya kesempatan bank untuk memperoleh laba. Loan to Deposit Ratio (LDR) dapat dijadikan pedoman untuk menentukan strategi investasi bagi para investor. Semakin baik suatu bank, maka dapat disimpulkan kelangsungan hidup bank tersebut akan berlangsung lama, dengan demikian investor akan tertarik untuk berinvestasi di bank tersebut karena yakin bahwa investasi yang ditanamkan akan selalu menghasilkan keuntungan bagi dirinya.

5. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja industri perbankan dengan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga dapat lebih mewakili populasi industri perbankan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Tarmizi dan Willyanto Kartiko Kusuno. 2003. "Analisis Rasio-rasio Keuangan Sebagai Indikator dalam Memprediksi Potensi Kebangkrutan Perbankan di Indonesia." Media Ekonomi dan Bisnis, Vol. XV No. 1, pp. 54-75.

Akhtar, Muhammad Farhan, Khizer Ali, dan Shama Sadaqat. 2011. "*Factor Influencing the Profitability of Conventional Banks of Pakistan*." International Research Journal of Finance and Economics, Issue 66, pp 117-124.

Al-Obaidan, Abdullah M. 2008. *Market Structure Concentration and Performance in the Commercial Banking Industry of Emerging Markets*. Diakses pada tanggal 07 Juni 2011.

Almilia, Luciana Spica dan Winny Herdiningtyas. 2005. "Analisis Rasio CAMEL Terhadap Prediksi Kondisi Bermasalah pada Lembaga Perbankan Perioda 2000-2002." Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 7 No. 2, pp. 131-147.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ariyanto, Taufik. 2004. "Profil Persaingan Usaha dalam Industri Perbankan Indonesia." *Perbanas Finance dan Banking Journal*, Vol. 6 No. 2, pp. 95-108.

Awdeh, Ali. 2005. "*Domestic banks' and foreign banks' profitability: Differences dan their determinants.*" Diakses tanggal 07 Februari 2011.

Bursa Efek Indonesia. 2006. Indonesian Capital Market Directory

_____. 2007. Indonesian Capital Market Directory

_____. 2008. Indonesian Capital Market Directory

_____. 2009. Indonesian Capital Market Directory

_____. 2010. Indonesian Capital Market Directory

Dendawijaya, Lukman. 2001. *Manajemen Perbankan* Jakarta:. Ghalia Indonesia.

Direktori Perbankan Indonesia 2006. Bank Indonesia

Direktori Perbankan Indonesia 2008. Bank Indonesia.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV.*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hasibuan, S.P. Malayu. 2004. *Dasar-dasar Perbankan.* Jakarta: Bumi Aksara.

Hersugondo. 1996. "Implikasi Aspek Mikro dan Makro Kenaikan GWM." Gema Stikubank, pp. 25-33.

Husnah. 2006. "Analisis Penggunaan Dana Bank Loan to Deposit Ratio dan Saldo Giro Wajib Minimum Pengaruhnya terhadap Rentabilitas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) di Indonesia." Fordema, Vol. 6 No. 2, pp. 127-138.

Januarti, Indira. 2002. "Variabel Proksi CAMEL dan Karakteristik Bank Lainnya untuk Memprediksi Kebangkrutan Bank di Indonesia." Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 10 No. VII, pp. 1-10.

Kasmir. 2001. *Manajemen Perbankan.* Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Latumaerissa, Julius R. 1999. *Mengenal Aspek-aspek Operasi Bank Umum.* Jakarta: Bumi Aksara.

Mabruroh. 2004. "Manfaat dan Pengaruh Rasio Keuangan dalam Analisis Kinerja Keuangan Perbankan." Benefit, Vol. 8 No. 1, pp. 37-51.

Mahardian, Pandu. 2008. "Analisis Pengaruh Rasio CAR, BOPO, NPL, NIM, dan LDR terhadap ROA (Studi Kasus Perusahaan Perbankan

yang tercatat di BEJ periode Juni 2002-Juni 2007)". *Tesis Tidak Dipublikasikan.* Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Martin, Stephen. 1994. *Industrial Economic – Economic Analysis and Public Policy*. Second Edition, Macmillan Publishing Company. New York

Mawardi, Wisnu. 2005. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Umum dengn Total Assets Kurang dari 1 Trilliun)." Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 14 No. 1, pp. 83-94.

Merkusiwati, Ni Ketut Lely Aryani. 2007. "Evaluasi Pengaruh CAMEL Terhadap Kinerja Perusahaan." Buletin Studi Ekonomi, Vol. 12 No. 1, pp. 100-108.

Mintarti, Sri. "Implikasi Proses Take-Over Bank Swasta Nasional *Go Public* terhadap Tingkat Kesehatan dan Kinerja Bank". Diakses pada tanggal 10 Juni 2011.

Muljono, Teguh Pudjo. 1996. *Bank Budgeting Profit Planning & Control,* Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Munawir. 2001. *Analisis Laporan Keuangan*, Ed. 4. Yogyakarta: Liberty.

Nasser, Etty M. Dan Titik Aryati. 2000. "Model Analisis CAMEL Untuk Memprediksi *Financial Distress* Pada Sektor Perbankan yang *Go Public*." JAAI, Vol. 4 No. 2, pp. 111-127.

Nugroho, Dwiyanto Adi. 2010. "Analisis Pengaruh NIM, NPL, BOPO, LDR, dan Modal Inti terhadap ROA (Studi Kasus pada Bank di Indonesia Periode 2007-2009)". *Tesis Tidak Dipublikasikan.* Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Prasnanugraha, Ponttie. 2007. "Analisis Pengaruh Rasio-rasio Keuangan terhadap Kinerja Bank Umum di Indonesia (Studi Empiris Bank-bank Umum yang Beroperasi di Indonesia". *Tesis Tidak Dipublikasikan*. Program Pasca Sarjana Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.

Rivai, Veithzal, Andria Permata Veithzal, dan Ferry N. Idroes. 2007. *BANK and FINANCIAL INSTITUTION MANAGEMENT Conventional and Syar'i System*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Riyanto, Bambang. 1996. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan,* Edisi Keempat. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.

Siamat, Dahlan. 1993. *Manajemen Bank Umum*, Cetakan Pertama. Jakarta: CV. Inter Media.

Sinungan, Muchdarsyah. 1992. *Manajemen Dana Bank,* Cetakan Kedua. Jakarta: Rineka Cipta.

Subanidja, Steph. 2006. "Struktur Pasar, Karakteristik, dan Kinerja Bank Umum di Indonesia." Akuntabilitas, Vol. 6 No. 1, pp. 14-21.

Sudarini, Sinta 2005. "Penggunaan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Laba pada Masa yang Akan Datang (Studi Kasus di Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)." Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. XVI No. 3, pp. 195-207.

Suyono, Agus. 2005. "Analisis Rasio-rasio Bank yang Berpengaruh terhadap *Return On Asset* (Studi Empiris: Pada Bank

Umum di Indonesia Periode 2001-2003)". *Tesis Tidak Dipublikasikan.* Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
Statistik Perbankan Indonesia 2009. Bank Indonesia.
Syofyan, Sofriza. 2002. "Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia." Media Riset Bisns dan Manajemen, Vol. 2 No. 3, pp. 194-219.
Tregenna, Fiona. 2005. *An empirical investigation of the effects of concentratin on profitability among US banks.* Diakses pada tanggal 01 Agustus 2011.
Triono, Sunarwan. 2007. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perubahan Laba Satu Tahun dan Dua Tahun Mendatang (Studi pada Bank Umum di Indonesia Periode 2001-2005)". *Tesis Tidak Dipublikasikan.* Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998.
Wasis. 1993. *Perbankan Pendekatan Manajerial.* Edisi Keempat. Semarang: Satya Wacana.
Werdaningtyas, Hesti. 2002. "Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Take Over Pramerger di Indonesia." Jurnal Manajemen Indonseia, Vol. 1 No. 2, pp. 24-39.
Zainuddin dan Jogiyanto Hartono. 1999. "Manfaat Rasio Keuangan dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba : Suatu Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta." Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 2 No. 1, pp. 66-90.
Zimmerman, Gary C. 1996. "Factor Influencing Community Bank Performance in California." FBRSF Economic Review, Number 1, pp. 26-42.
http://www.bi.go.id/

LAMPIRAN
DAFTAR NAMA SAMPEL

No	Kode	Nama Bank
1	BBKP	PT Bank Bukopin Tbk.
2	BNBA	PT Bank Bumi Arta Tbk.
3	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk.
4	BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk.
5	BDMN	PT Bank Danamon Tbk.
6	BNII	PT Bank Internasional Indonesia Tbk.

7	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.
8	MAYA	PT Bank Mayapada Tbk.
9	MEGA	PT Bank Mega Tbk.
10	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
11	BBNP	PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk.
12	NISP	PT Bank OCBC NISP Tbk.
13	PNBN	PT Bank Pan Indonesia Tbk.
14	BNLI	PT Bank Permata Tbk.
15	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
16	BSWD	PT Bank Swadesi Tbk.
17	BVIC	PT Bank Victoria Internasional Tbk.

OUTPUT REGRESI

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	85	.09	5.04	2.0228	.98351
CAR	85	9.90	41.02	19.4536	6.40395
NPL	85	.17	26.66	3.6813	3.38995
BOPO	85	65.65	101.25	83.4071	7.79162
LDR	85	40.30	103.88	67.9978	15.83876
GWM	85	4.12	22.09	8.3376	3.18249
CR4	85	68.56	70.88	69.6580	.76653
Valid N (listwise)	85				

Variabel Dependen: ROA

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CR4, NPL, CAR , LDR, BOPO, GWM[a]	.	Enter

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CR4, NPL, CAR , LDR, BOPO, GWM[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939[a]	.882	.873	.34986	1.672

a. Predictors: (Constant), CR4, NPL, CAR, LDR, BOPO, GWM

b. Dependent Variable: ROA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.705	6	11.951	97.637	.000[a]
	Residual	9.547	78	.122		
	Total	81.253	84			

a. Predictors: (Constant), CR4, NPL, CAR, LDR, BOPO, GWM

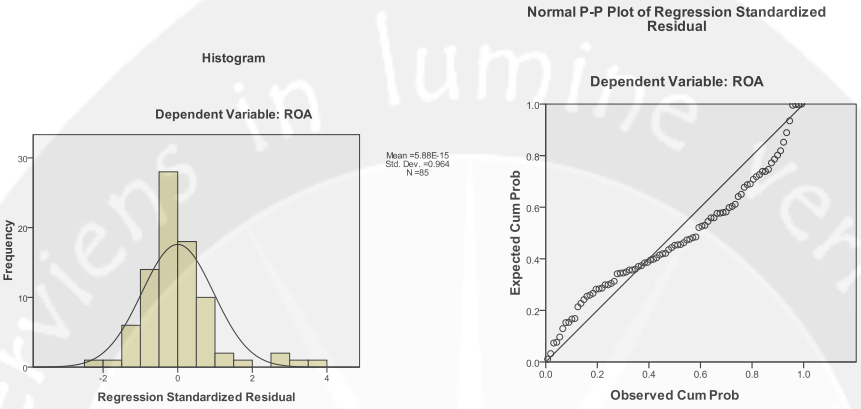
b. Dependent Variable: ROA

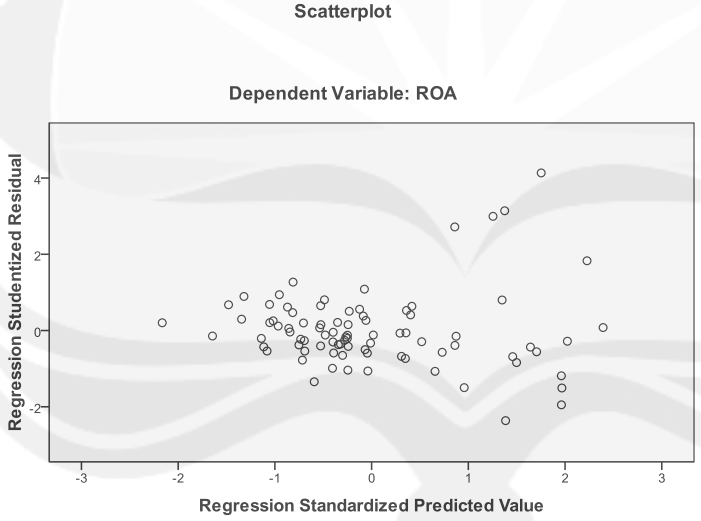
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.597	3.550		1.295	.199		
	CAR	.006	.006	.037	.917	.362	.929	1.076
	NPL	-.006	.012	-.020	-.478	.634	.890	1.124
	BOPO	-.117	.005	-.925	-22.576	.000	.897	1.115

LDR	.011	.003	.171	3.874	.000	.777	1.287
GWM	.036	.014	.117	2.586	.012	.740	1.352
CR4	.087	.050	.068	1.733	.087	.985	1.015

a. Dependent Variable: ROA





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.33713286
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.094

Kolmogorov-Smirnov Z	1.158
Asymp. Sig. (2-tailed)	.137

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value[a]	-.04187
Cases < Test Value	42
Cases >= Test Value	43
Total Cases	85
Number of Runs	36
Z	-1.636
Asymp. Sig. (2-tailed)	.102

a. Median

ANALYSIS THE INFLUENCED BETWEEN VALUE OF STOCK TRADING, USD EXCHANGE RATE, AND BANK INDONESIA CERTIFICATE RATE ON INDONESIA COMPOSITE INDEX IN INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX)

Lely Fera Triani[1)]
E-mail: lely@ut.ac.id
[1)]Economics Faculty in Open University

ABSTRACT

This research aims to analyze influence between value of stock trading, USD exchange rate and Bank Indonesia Certificate rate on Indonesia Composite Index in The Indonesia Stock Exchanges (IDX). The research sample of this study are value of stock trading, USD exchange rate, Bank Indonesia Certificate rate and Indonesia Composite Index, with data pooling method (daily data of year 2011).

Results of research that by partial shows value of stock trading does not effect to Indonesia Composite Index, while the USD exchange rate and Bank Indonesia Certificate rate have an effect to Indonesia Composite Index. Based on the value of F, it can be concluded that the three independent variables namely value of stock trading, USD exchange rate and Bank Indonesia Certificate rate jointly affect the accepted the Indonesia Composite Index in The Indonesia Stock Exchanges (IDX) is accepted. This research only covers three selected macroeconomic variables.

Therefore, further research should examine other potential macroeconomic variables. From the research, the recommended suggestions are: the investor can consider USD exchange rate and Bank Indonesia Certificate rate the valuable information in the investment because its proven that USD exchange rate and Bank Indonesia Certificate rate give significant influence to Indonesia Composite Index increment.

Keywords: *value of stock trading, US Dollar exchange rate, Bank Indonesia Certificate rate and Indonesia Composite Index.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara nilai transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. Sampel penelitian ini adalah nilai transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar, tingkat bunga SBI dan Indeks harga Saham Gabungan di Bursa Efek Indonesia, dengan metode *pooling data* (data harian selama tahun 2011), sehingga jumlah data observasi (n) = 247.

Hasil penelitian secara parsial (individu) menunjukkan bahwa nilai transaksi perdagangan saham tidak berpengaruh signifikan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan, sedangkan variabel kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 20 diperoleh nilai F=106,046; sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI secara bersama-sama berpengaruh terhadap Indeks Harga Saham Gabungan diterima.

Dari hasil penelitian, saran yang diberikan yaitu Investor dapat menjadikan kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI sebagai informasi dalam penanaman investasinya karena terbukti bahwa kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI berpengaruh terhadap peningkatan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).

Kata kunci: Nilai transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar, tingkat bunga SBI dan Indeks harga Saham Gabungan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini, hampir semua negara menaruh perhatian besar terhadap pasar modal karena memiliki peranan strategis bagi penguatan ketahanan ekonomi suatu negara. Semakin baik tingkat perekonomian suatu negara, maka semakin baik pula tingkat kemakmuran penduduknya. Tingkat kemakmuran yang lebih tinggi ini umumnya ditandai dengan kenaikan tingkat pendapatan masyarakatnya. Dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut, maka akan semakin banyak orang yang memiliki kelebihan dana untuk disimpan dalam bentuk tabungan atau diinvestasikan dalam bentuk surat-surat berharga yang diperdagangkan dalam pasar modal. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pasar keuangan yang cukup berkembang. Pasar modal merupakan suatu kebutuhan bagi Indonesia, karena kehadiran pasar modal sangat penting bagi investor maupun perusahaan dalam hal menjadi sumber alternatif pembiayaan kegiatan operasional perusahaan melalui penjualan saham dan penerbitan obligasi.

Pergerakan harga saham yang baik, menunjukkan bahwa perekonomian yang meningkat. Hal ini secara garis besar dapat dilihat dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Jika IHSG menaik maka ini merupakan cerminan kegairahan pelaku bisnis dalam berinvestasi, sebaliknya jika IHSG menurun menunjukkan turunnya kepercayaan para investor terhadap prospek investasi di Indonesia sekaligus lesunya kegiatan ekonomi. IHSG pada akhir perdagangan 30 Desember 2011 ditutup pada posisi 3.821,99. Pencapaian ini menguat sebesar 2,59% dibandingkan pada tahun 2010 yang ditutup pada posisi 3.703,51. Di antara indeks saham negara-negara di kawasan Asia-Pasifik, kinerja positif IHSG merupakan terbaik kedua. Bahkan pada tahun ini, indeks-indeks saham lainnya di kawasan Asia-Pasifik justru mencatatkan kinerja negatif.

Nilai transaksi perdagangan saham pada tahun 2010 mencapai Rp Rp1.176,24 triliun dan pada akhir 2011 mencapai Rp3.821,992 triliun. Nilai fluktuasi perdagangan valuta asing dalam hal ini rupiah dan US Dollar dalam tiga tahun terakhir terbukti menunjukkan fluktuasi yang sangat dimana pada tahun 2010 nilai kurs US Dollar adalah Rp.9.345, dan pada akhir Desember 2011 adalah sebesar Rp.9.068. Nilai tingkat bunga SBI pada akhir tahun 2010

berada diangka 6,50% dan berada pada angka yang sama pada Desember 2011 (sumber: www.bi.go.id).

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarwono (2003) disebutkan bahwa *variable rate of return on total asset, devidend payout ratio, financial leverange* dan tingkat suku bunga merupakan variabel yang mempunyai pengaruh terhadap harga saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Okty (2002) menyebutkan bahwa faktor ekstern mempunyai pengaruh besar terhadap harga saham adalah tingkat suku bunga dan inflasi. Penelitian ini akan difokuskan terhadap obyek penelitian bagaimana pengaruh nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar, dan nilai SBI terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Dipilihnya faktor eksternal yang berpengaruh terhadap indeks harga saham ini mengingat kondisi situasi perekonomian Indonesia yang mengalami perubahan besar akibat krisis moneter yang melambungkan nilai kurs US Dollar yang dalam beberapa tahun terakhir mengalami fluktuasi yang naik turun.

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah yang akan diteliti yaitu sejauhmana nilai transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap IHSG di BEI berdasarkan data harian selama tahun 2011. Sedangkan tujuan yang dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap IHSG di BEI berdasarkan data harian selama tahun 2011.

Landasan Teori

Pasar Modal Indonesia

Pengertian pasar modal secara umum adalah suatu sistem keuangan yang terorganisasi, termasuk didalamnya adalah bank-bank komersial dan semua lembaga perantara dibidang keuangan, serta keseluruhan surat-surat berharga yang beredar. Dalam arti sempit, pasar modal adalah suatu pasar (tempat, berupa gedung) yang disiapkan guna memperdagangkan saham-saham, obligasi-obligasi, dan jenis surat berharga lainnya dengan memakai jasa para perantara pedagang efek (Sunariyah, 2000). Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 memberikan pengertian pasar modal yang lebih spesifik yaitu "Kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan Perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta Lembaga dan Profesi yang berkaitan dengan Efek". Adapun efek yang dimaksud disini adalah surat berharga atau saham.

Definisi lain pasar modal adalah tempat atau pasar dari berbagai instrumen keuangan yang bisa diperjual belikan, baik itu keuangan jangka panjang maupun keuangan jangka pendek. Bentuk keuangan tersebut seperti hutang atau modal sendiri. Pasar modal memiliki peran besar bagi perekonomian negara karena pasar modal memiliki dua fungsi, yaitu berfungsi sebagai ekonomi dan keuangan. Alasan pasar modal dikatakan memiliki fungsi ekonomi karena pasar menyediakan

fasilitas yang mempertemukan pihak investor dan pihak yang memerlukan dana (*issuer*). Dengan kata lain, pasar modal memberikan tempat kepada pihak investor untuk diinvestasikan kepada *issuer* dengan pengharapan atas laba yang dibagikan dividen, sedangkan untuk pihak *issuer* mendapatkan dana segar dari investor yang bisa dipergunakan untuk kepentingan operasi perusahaan. Adapun pasar modal memiliki fungsi keuangan karena keberadaan pasar modal diharapkan kegiatan dan aktivitas perekenomian menjadi lebih meningkat, dimana pasar modal menjadi tempat pendanaan bagi perusahaan untuk beroperasi lebih besar lagi dan hasilnya untuk mensejahterakan masyarakat luas.

Menurut Fabozzi, Modigliani dan Ferni (2005:8): "*Because of the globalization of financial markets throughout the world, entities in any country seeking to raise funds need not be limited to their domestic financial market not are investor in a country to the financial assets issued in their domestic market. Globalization means the integration of financial markets throughout the world into an international financial market*". Pengertian diatas merupakan gambaran dari sudut pandang suatu negara. *Internal market* atau disebut juga *national market* terbagi atas dua yaitu *domestic market* dan *foreign market*. *Domestic market* merupakan pasar dimana penerbit sekuritas berdomisili di negara dimana sekuritas tersebut diperdagangkan. Sedangkan *foreign market* adalah pasar dimana penerbit dari sekuritas tidak berdomisili di negara dimana sekuritas tersebut diperdagangkan. Sedangkan *external market* disebut juga *international market*, memudahkan perdagangan sekuritas dengan dua keunggulan, dimana: (1) penerbitan sekuritas yang ditawarkan dapat secara simultan ditawarkan kepada investor diberbagai negara, (2) sekuritas yang diterbitkan tersebut tidak berada dalam suatu sistem hukum dari satu negara.

Definisi pasar modal menurut Elton dan Grubber (1995:14): "*Capital market securities include instruments with maturities greater than one year and those with no designated maturity at all*". Dengan semakin berkembangnya sarana komunikasi dan teknologi informasi, disertai pula dengan adanya deregulasi keuangan telah menghilangkan batasan antara pasar keuangan domestic dengan pasar keuangan asing.

Pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana perdagangan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai sarana bagi kegiatan investasi. Dengan demikian, pasar modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kagiatan jual beli dan kegiatan terkait lainnya. Instrumen keuangan yang diperdagangakan di pasar modal merupakan instrumen jangka panjang (jangka waktu lebih dari 1 tahun) seperti saham, obligasi, warran, right, reksa dana, dan berbagai instrumen derivatif seperti *option*, *futures*, dan lain-lain.

Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi: (1) sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain, (2) sebagai sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Dengan demikian masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik kauntungan dan risiko masing-masing instrumen.

Dari beberapa definisi diatas, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa pasar modal adalah suatu lembaga atau tempat surat-surat berharga yang berjangka waktu panjang atau lebih dari 1 (satu) tahun diperjualbelikan guna memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang.

Pengertian Saham

Sawidji Widoatmodjo (2006:43) mendefinisikan saham secara sederhana: "Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan hukum dalam suatu perusahaan". Saham dijual sejak awal oleh perusahaan dan kemudian diperdagangkan diantara para investor. Disamping mengharapkan deviden, investor berharap harga saham naik sehingga mereka memperoleh *capital gain* dari investasi yang dilakukan. Saham dapat dijual pada suatu saat dikemudian hari, diharapkan dengan harga yang lebih tinggi daripada harga belinya, jika dalam kenyataan saham dijual diatas harga belinya, maka investor akan menerima keuntungan modal.

Saham (*stock*) merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling popular. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Pada sisi yang lain, saham merupakan instrumen investasi yang banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas asset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa saham adalah tanda bukti penyertaan atau kepemilikan pada sebuah perusahaan dan membuat pemiliknya memiliki hak dan kewajiban terbatas pada setiap lembar saham yang dimilikinya.

Pengertian Angka Indeks

Menurut Sunariyah (2004:138) Indeks Harga Saham adalah bentuk informasi historis untuk menggambarkan pergerakan harga saham dimasa lalu pada saat tertentu maupun periode tertentu. Menurut Cristopher Pass et al yang telah diterjemahkan oleh Tumpal Rumapea dkk (1994:293) Indeks adalah suatu nilai angka yang menggambarkan ukuran relatif dari

suatu variabel dalam suatu periode yang sedang diteliti dibandingkan dengan ukurannya pada suatu tahun dasar (*base years*) yang telah ditentukan.

Angka indeks pada dasarnya merupakan suatu angka yang dibuat untuk dapat dipergunakan dalam melakukan perbandingan antara kegiatan-kegiatan yang sama seperti produksi, ekspor, hasil penjualan, jumlah uang beredar, dan lain sebagainya dalam kurun waktu yang berbeda. Dari angka indeks bisa diketahui maju mundurnya atau naik turunnya suatu usaha atau kegiatan. Jadi tujuan pembuatan angka indeks adalah untuk mengetahui terjadinya perubahan dalam kurun waktu yang berlainan.

Dengan demikian angka indeks sangat diperlukan oleh siapa saja yang ingin mengetahui naik turunnya kegiatan usaha yang dilakukannya. Itulah sebabnya Biro Pusat Statistik (BPS) maupun perusahaan yang menganut modern manajemen membuat berbagai macam indeks untuk keperluan pantau evaluasi. Dalam membuat indeks diperlukan dua macam waktu, yaitu waktu dasar dan waktu yang bersangkutan atau sedang berjalan (*current period*).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa angka indeks berfungsi untuk mengukur secara kuantitatif mengetahui terjadinya perubahan dua periode yang berbeda untuk keperluan pemantauan atau evaluasi.

Pengertian Indeks Harga Saham Gabungan

Suatu indeks diperlukan sebagai sebuah indikator utama yang secara umum menggambarkan pergerakan harga sekuritas-sekuritas. Indeks harga saham setiap hari dihitung menggunakan harga saham terakhir (*closing price*) yang terjadi di bursa.

Downes dan Goodman (2004), indeks adalah "gabungan statistik yang mengukur perubahan dalam ekonomi atau dalam pasar finansial, dan seringkali dinyatakan dalam perubahan persentase dari suatu tahun dasar atau bulan sebelumnya". Karena indeks ini menyangkut sejumlah fakta maupun besaran tertentu yang menggambarkan perubahan-perubahan harga saham dimasa lalu yang dipandang, merupakan suatu bentuk informasi historis yang sangat tepat untuk menggambarkan pergerakan harga saham dimasa lalu serta memberikan deskripsi harga-harga saham pada suatu saat tertentu maupun dalam periode yang tertentu pula, maka indeks ini dapat disebut sebagai indeks harga saham.

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) adalah angka yang menunjukkan situasi pasar modal atau peristiwa uang terjadi di pasar modal dalam situasi yang berbeda dari waktu ke waktu yang dapat digunakan sebagai alat analisis. Kata gabungan itu sendiri dari IHSG adalah kumpulan dari beberapa saham bahkan hampir seluruh saham yang terdaftar di bursa.

Kurs

Kurs adalah jumlah satuan atau unit dari mata uang tertentu yang diperlukan untuk memperoleh atau membeli satu unit atau satuan jenis mata uang lainnya. Menurut Sawaldjo Puspopranoto (2004:212)

definisi kurs adalah harga dimana mata uang suatu negara dipertukarkan dengan mata uang negara lain disebut nilai tukar (kurs). Secara umum defini kurs adalah nilai suatu mata uang dibandingkan dengan mata uang lainnya. Misalnya nilai mata uang rupiah terhadap US Dollar.

Pemerintah Indonesia bisaanya berperan dalm penentuan kurs agar sampai pada tingkat yang kondusif bagi dunia usaha. Kurs khususnya kurs rupiah per Dollar sangat berkaitan erat dan mempengaruhi arus barang dan jasa serta modal dari dalam dan keluar Indonesia.

Tingkat Suku Bunga

Menurut Wardane (2003) dalam Prawoto dan Avonti (2004), suku bunga adalah pembayaran yang dilakukan untuk penggunaan uang. Suku bunga adalah jumlah bunga yang harus dibayar per unit waktu. Dengan kata lain, masyarakat harus membayar peluang untuk meminjam uang.

Menurut Samuelson dan Nordhaus (1995: 197) dalam Wardane, suku bunga adalah biaya untuk meminjam uang, diukur dalam Dolar per tahun untuk setiap Dolar yang dipinjam. Menurut Keynes, dalam Wardane (2003), tingkat bunga ditentukan oleh permintaan dan penawaran akan uang (ditentukan dalam pasar uang). Perubahan tingkat suku bunga selanjutnya akan mempengaruhi keinginan untuk mengadakan investasi, misalnya pada surat berharga, dimana harga dapat naik atau turun tergantung pada tingkat bunga (bila tingkat bunga naik maka surat berharga turun dan sebaliknya), sehingga ada kemungkinan pemegang surat berharga akan menderita *capital loss* atau *capital gain*.

Sunariyah (2000:64-65) mengatakan bahwa: "Tingkat bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang penting digunakan oleh debitur yang dibayarkan kepada kreditur".

Sertifikasi Bank Indonesia (SBI)

Sebagaimana tercantum dalam UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, salah satu tugas Bank Indonesia (BI) sebagai otoritas moneter adalah membantu pemerintah dalam mengatur, menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Dalam melaksanakan tugasnya, BI menggunakan beberapa piranti moneter yang terdiri dari Giro Wajib Minimum (*Reserve Requirement*), Fasilitas Diskonto, Himbauan Moral dan Operasi Pasar Terbuka. Dalam Operasi Pasar Terbuka BI dapat melakukan transaksi jual beli surat berharga termasuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI).

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No.8/13/DPM tentang Penerbitan Sertifikat Bank Indonesia Melalui Lelang, Sertifikat Bank Indonesia yang selanjutnya disebut SBI adalah surat berharga dalam mata uang rupiah yang diterbitkan oleh Bank Indonesia sebagai pengakuan utang berjangka waktu pendek.

Sebagai otoritas moneter, BI berkewajiban memelihara kestabilan nilai rupiah. Dalam paradigma yang dianut, jumlah uang primer (uang kartal dan uang giral di BI) yang berlebihan dapat mengurangi

kestabilan nilai Rupiah. SBI diterbitkan dan dijual oleh BI untuk mengurangi kelebihan uang primer tersebut.

Dasar hukum penerbitan SBI adalah UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Sentral, Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No.31/67/KEP/DIR tanggal 23 Juli 1998 tentang Penerbitan dan Perdagangan Sertifikat Bank Indonesia serta Intervensi Rupiah, dan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/2/PBI/2004 tanggal 16 Februari 2004 tentang Bank Indonesia – *Scripless Securities Settlement System*.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka dapat dikemukan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara nilai transaksi perdagangan saham terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011.
2. Terdapat pengaruh negatif antara nilai kurs US Dollar terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011.
3. Terdapat pengaruh positif antara suku bunga SBI terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011.
4. Terdapat pengaruh antara nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar, dan suku bunga SBI secara bersama-sama terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011.

METODE ANALISIS

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Agar tidak terjadi persepsi yang berbeda dalam penelitian, maka dilakukan pendefinisian pada semua variabel yang digunakan sebagai berikut:

a. Variabel Independen: Nilai Transaksi Perdagangan Saham (X_1), Kurs US Dollar (X_2), dan Tingkat Bunga SBI (X_3).

b. Variabel Dependen (Y): Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dihitung berdasarkan nilai rata-rata per hari. Perhitungan IHSG BEI mencakup seluruh saham yang listing di BEI.

Teknik Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data harian pada tahun 2011, dimulai dari Januari 2011 sampai Desember 2011. Adapun teknik penentuan sampelnya adalah nilai transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar, nilai tingkat bunga SBI dan Indeks Harga Saham Gabungan yang diperoleh dari website Bapepam (www.bapepam.go.id), website BI (www.bi.go.id) dan IDX (www.idx.co.id).

Teknik Penggumpulan Data

Untuk keperluan penelitian ini digunakan data sekunder yang hampir keseluruhan data diambil dari internet dengan mengunjungi website-website terkait. Data-data pada penelitian ini diperoleh melalui Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) gedung Bursa Efek Indonesia (BEI), Menara II lantai I Galeri Edukasi BEI Jalan Jendral Sudirman Kav.52-53, Jakarta Selatan (www.jkse.co.id). Pengumpulan data

pada penelitian ini dengan cara penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian dengan cara membaca dan mempelajari literatur seperti buku-buku, jurnal dan berbagai macam sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Model Analisis

Model yang digunakan persamaan analisis regresi berganda seperti dibawah ini:

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

Keterangan:

Y	=	Indeks Harga Saham Gabungan
b_1, b_2, b_3	=	Koefisien regresi X_1, X_2, X_3
X_1	=	Variabel transaksi perdagangan saham
X_2	=	Variabel kurs US Dollar
X_3	=	Variabel tingkat bunga SBI
a	=	Konstanta
e	=	Residual persamaan regresi

Metode Analisis Data

1. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji koefisien determinasi ditujukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen (nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI) menjelaskan variasi variabel dependen IHSG SBI. Pengujian R^2 untuk melihat seberapa besar proporsi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap naik turunnya variabel terikat.

$$R^2 = \frac{a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}$$

Koefisien determinasi (R^2) nilainya adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), jika R^2 mendekati 1, berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat, dan sebaliknya.

2. t test

Uji hipotesis dengan t hitung digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individu untuk setiap variabel. Rumusan hipotesis dalam pengujian uji t hitung adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

- Uji t untuk variabel Nilai Transaksi Perdagangan Saham

Ho : $b_1 = 0$, nilai transaksi perdagangan saham tidak memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap IHSG BEI.

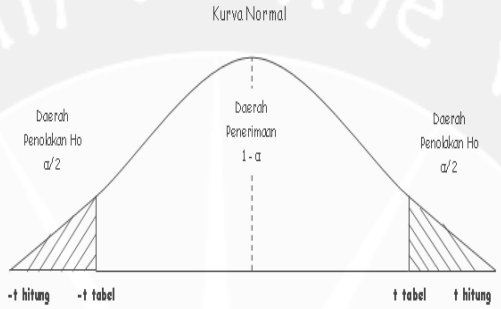
Ha : $b_1 \neq 0$, nilai transaksi perdagangan saham memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap IHSG BEI.

- Uji t untuk variabel Nilai Kurs US Dollar

Ho : $b_2 = 0$, nilai kurs US Dollar tidak memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap IHSG BEI.
Ha : $b_2 \neq 0$, nilai kurs US Dollar memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap IHSG BEI.

- Uji t untuk variabel Nilai Tingkat Bunga SBI

Ho : $b_3 = 0$, nilai tingkat bunga SBI tidak memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap IHSG BEI.
Ha : $b_3 \neq 0$, nilai tingkat bunga SBI memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap IHSG BEI.



Gambar 1. Kurva Uji Parsial

2. F test

Uji hipotesis dengan F hitung digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel bebas lainnya yaitu: nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs rupiah terhadap US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI. Berikut rumusan hipotesis penelitian ini:
Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ yaitu seluruh variabel bebas (nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI) secara bersama-sama tidak mempengaruhi IHSG BEI.
Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ yaitu seluruh variabel bebas (nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI) secara bersama-sama mempengaruhi IHSG BEI.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

Berdasarkan nilai probabilitas (signifikasi) dari dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Berdasarkan hasil analisis ,jika variabel-variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 10% dan memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10, maka model regresi tersebut bebas dari masalah

multikoleniaritas (Ghozali, 2005: 92).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas digunakan grafik *scatter plot* yaitu dengan melihat pola-pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual. Dasar pengambilan keputusan: (Ghozali, 2005:105).

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan-kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW Test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2005:96):

- Bila nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* (du) dan (4-du), maka koefisien autokorelasi sama dengan 0 berarti tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *lower bound* (di), maka koefisien autokorelasi lebih dari pada 0,berarti ada autokorelasi positif.
- Bila nilai DW lebih dari pada (4-dl), maka koefisien outokorelasi lebih kecil dari pada 0,berarti ada autokorelasi negatif.

Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (4-du) dan (dl),maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

HASIL ANALISIS

Interpretasi Hasil Penelitian

1. Data Deskriptif

Dalam penelitian ini akan menganalisis kualitatif berupa penjabaran data statistik deskriptif dari variabel penelitian. Penjelasan data disertai dengan nilai minimum, nilai maksimum, mean, varians dan standar deviasi. Berikut ini statistik deskriptif data penelitian yang terdiri dari variabel.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Data-Data Penelitian Selama Tahun 2011

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IHSG	247	3269.451	4193.441	3727.15779	187.423683
NTPS	247	.524	26.796	4.93410	2.457320
KURS	247	8460	9185	8778.62	210.247
SBI	247	6.49936	7.36317	7.1424119	.32416198
Valid N (listwise)	247				

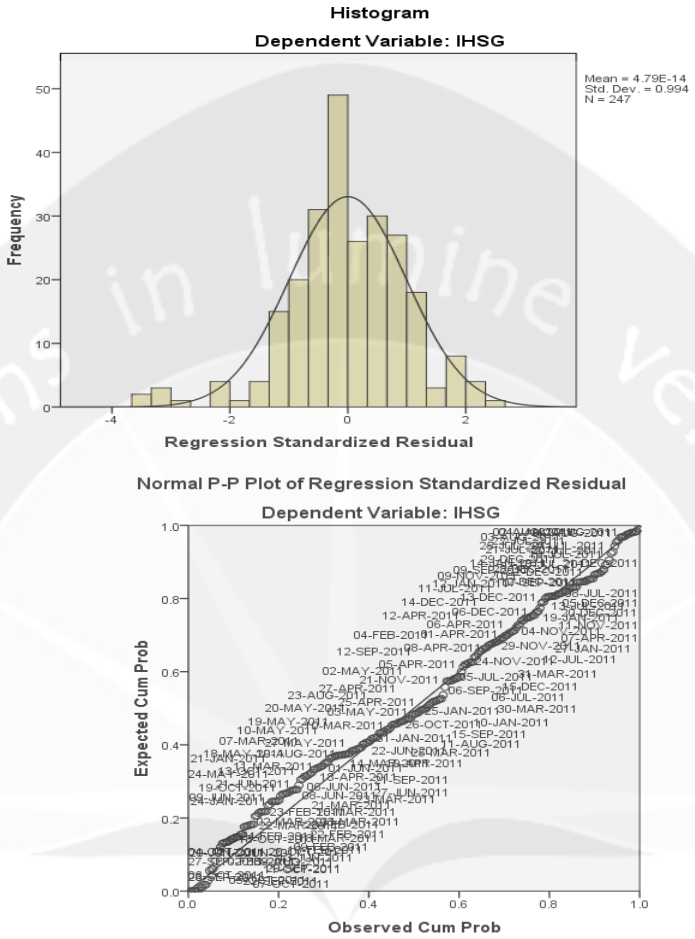
Sumber data diolah

Berdasarkan Tabel 1. Di atas didapatkan nilai rata-rata pada Nilai Transaksi Perdagangan Saham sebesar 4,93410 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai trasaksi perdagangan saham yang diperjualbelikan selama tahun 2011 di BEI sebesar 4.93410; nilai terendah sebesar 0,524178 triliun dan nilai tertinggi sebesar 26,79583 triliun. Nilai rata-rata pada Kurs US Dollar (nilai tengah) sebesar Rp8778,62. Hal ini menunjukkan bahwa kurs tengah selama tahun 2011 di BEI sebesar Rp8778,62; nilai terendah sebesar Rp8.460 dan nilai tertinggi sebesar Rp9.185. Nilai rata-rata pada Tingkat Suku Bunga SBI sebesar 7,1424119%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tingkat suku bunga SBI selama tahun 2011 sebesar 7,1424119%; nilai terendah sebesar 6,49936% dan nilai tertinggi sebesar 7,36317%. Nilai rata-rata pada Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sebesar 3727,15779. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata IHSG selama tahun 2011 sebesar 3727,15779; nilai terendah sebesar 3269,451 dan nilai tertinggi sebesar 4193,441.

2. Pengujian Normalitas Data

Pengujian distribusi data bertujuan untuk pengujian suatu data penelitian apakah dalam model statistik, variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Untuk mengetahui distribusi data suatu penelitian, salah satu alat yang digunakan adalah dengan grafik normal p-plot dan histogram sebagai berikut:

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas dengan Histogram Grafik Normal P-Plot



Asumsi Dasar Regresi

1. Uji Multikolinearitas

Hasil yang diperoleh dalam angka VIF ini nilainya yaitu <10 yaitu untuk VIF untuk variabel nilai transaksi perdagangan saham (X_1) sebesar 1,056; VIF variabel kurs US Dollar (X_2) sebesar 1,135; dan VIF untuk variabel tingkat bunga SBI (X_3) sebesar 1,124. Melihat hasil VIF pada semua variabel penelitian yaitu <10, maka data-data penelitian digolongkan tidak terdapat gangguan multikolinearitas dalam model regresinya.

Tabel 2. Output Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

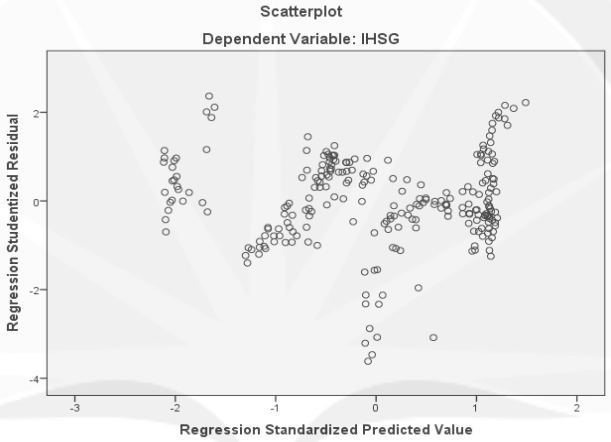
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	NTPS	.947	1.056
	KURS	.881	1.135
	SBI	.890	1.124

a. Dependent Variabel: IHSG

Sumber data diolah

2. Uji Heterokedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatter Plot



Dari hasil output asumsi heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka mengindikasikan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Korelasi

Untuk mengetahui korelasi antar variabel pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 3. Output Uji Korelasi

Correlations

		IHSG	NTPS	KURS	SBI
Pearson Correlation	IHSG	1.000	.039	-.594	.613
	NTPS	.039	1.000	-.155	-.119
	KURS	-.594	-.155	1.000	-.287
	SBI	.613	-.119	-.287	1.000
Sig. (1-tailed)	IHSG	.	.270	.000	.000
	NTPS	.270	.	.007	.030
	KURS	.000	.007	.	.000
	SBI	.000	.030	.000	.
N	IHSG	247	247	247	247
	NTPS	247	247	247	247
	KURS	247	247	247	247
	SBI	247	247	247	247

Sumber data diolah

Berdasarkan data-data output diatas, dapat dijelaskan bahwa besarnya hubungan antar variabel Indeks harga Saham Gabungan (IHSG) dengan nilai transaksi perdagangan saham (NTPS) yang dihitung dengan nilai korelasi 0,039 artinya tidak ada hubungan yang erat antara IHSG dengan NTPS (karena lebih kecil daripada 0,5 dan -1). Besar hubungan antar variabel IHSG dengan nilai kurs US Dollar (Kurs) adalah -0.594, hal ini menunjukkan hubungan yang erat diantara IHSG dengan Kurs. Arah hubungan yang negatif menunjukkan semakin tinggi Kurs akan membuat IHSG cenderung mengecil; dan sebaliknya, semakin rendah kurs akan membuat IHSG justru semakin membesar. Sedangkan untuk hubungan antar variabel IHSG dengan nilai tingkat bunga SBI yang dihitung dengan koefisien korelasi 0,613, hal ini menunjukkan hubungan yang erat (lebih daripada 0,5 dan mendekati 1) diantara IHSG dengan SBI. Arah hubungan yang positif (tidak ada tanda negatif pada angka 0,613) menunjukkan semakin besar SBI akan membuat IHSG cenderung membesar. Demikian pula sebaliknya, makin kecil SBI akan makin kecil pula IHSG.

Hasil Analisis

Pada penelitian ini menganalisis pengaruh nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011 dimana hasil persamaan regresi dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Output Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5228.284	449.729		11.625	.000
	NTPS	2.109	3.309	.028	.637	.524
	KURS	-.401	.040	-.450	-10.007	.000
	SBI	281.490	25.874	.487	10.879	.000

a. Dependent Variable: IHSG

Sumber data yang diolah

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan koefisien beta tidak standar (*unstandardized coefficient*). Hal ini disebabkan karena masing-masing variabel memiliki satuan dan berfungsi untuk menjelaskan besarnya koefisien regresi masing-masing variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya, dengan rumusnya:

$$Y = 5228,284 + 2,109X_1 + 0,401X_2 + 281,490X_3$$

Dimana:

Y = IHSG
X_1 = NTPS (nilai transaksi perdagangan saham) dalam satuan triliun
X_2 = Kurs US Dollar
X_3 = SBI

Dari persamaan regresi tersebut di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

5. Konstanta 5228,284 menyatakan bahwa jika tidak ada NTPS/Kurs/SBI maka IHSG adalah 5228,284.
6. Koefisien regresi X_1 sebesar 2,109 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 triliun NTPS akan meningkatkan IHSG sebesar 2,109.
7. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,401 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp1 kurs akan meningkatkan IHSG sebesar 0,401.
8. Koefisien regresi X_3 sebesar 281,490 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% SBI akan meningkatkan IHSG sebesar 281,490.

Pada penelitian ini, analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar keterkaitan antara variabel bebas yaitu nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dengan output sebagai berikut:

Tabel 5. Output Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753[a]	.567	.562	124.095802

a. Predictors: (Constant), SBI, NTPS, KURS
b. Dependent Variable: IHSG
Sumber data diolah

Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,567. Hal ini berarti 56,7% dari variasi IHSG bisa dijelaskan oleh variabel NTPS, Kurs, dan SBI. Sedangkan sisanya (100% - 56,7% = 43,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. R square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R square, semakin lemah hubungan kedua variabel.

Standard error of the estimate adalah 124,095802 (satuan yang dipakai adalah variabel dependen, atau dalam hal ini adalah IHSG). Pada table 4.2 (Descriptive Statistic) terlihat standar deviasi IHSG adalah 187,423683, yang jauh lebih besar daripada *standard error of estimate*. Karena lebih kecil dari standar deviasi IHSG, maka model regresi lebih bagus dalam bertindak sebagai predictor IHSG daripada rata-rata IHSG itu sendiri.

Pembahasan

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan (baik positif atau negatif) antara variabel bebas: nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI terhadap variabel terikatnya yaitu Indeks harga Saham Gabungan. Dalam uji hipotesis ini dilakukan dengan uji t (secara parsial) dan uji F (secara simultan).

Uji hipotesis t atau uji secara individual (parsial) antara variabel bebas variabel bebas: nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI terhadap variabel terikatnya yaitu Indeks harga Saham Gabungan. Penelitian ini menghasilkan t hitung sebagai berikut:

Table 6. Output Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5228.284	449.729		11.625	.000
	NTPS	2.109	3.309	.028	.637	.524
	KURS	-.401	.040	-.450	-10.007	.000
	SBI	281.490	25.874	.487	10.879	.000

a. Dependent Variable: IHSG

Sumber data diolah

Uji parsial akan dideteksi dengan probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika probabilitas >0,05 maka H_o diterima (tidak signifikan)

b. Jika probabilitas <0,05 maka H_o ditolak (signifikan) (Singgih: 1999)

Hasil dari uji t adalah sebagai berikut:

a. Nilai transaksi perdagangan saham memiliki nilai probabilitas sebesar 0,524 lebih besar dari 0,05 sehingga NTPS berpengaruh terhadap IHSG secara tidak signifikan positif.

b. Nilai kurs US Dollar memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga Kurs berpengaruh terhadap IHSG secara signifikan positif.

c. Nilai tingkat bunga SBI memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga SBI berpengaruh terhadap IHSG secara signifikan positif.

Uji F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel bebas: nilai transaksi perdagangan saham (X_1), nilai kurs US Dollar (X_2) dan nilai tingkat bunga SBI (X_3) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya yaitu Indeks Harga Saham Gabungan (Y).

Uji F ini menggunakan uji ANOVA atau F test dengan mengacu angka signifikan sebagai berikut:

a. Jika probabilitas >0,05 maka H_o diterima (tidak signifikanI

b. Jika probabilitas >0,05 maka H_o ditolak (signifikan) (Singgih: 1999)

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Table 7. Output Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4899255.035	3	1633085.012	106.046	.000[b]
	Residual	3742143.656	243	15399.768		
	Total	8641398.691	246			

a. Dependent Variable: IHSG

b. Predictors: (Constant), SBI, NTPS, KURS

Sumber data diolah

Hasil penelitian ini memiliki angka signifikan 0,000 jauh di bawah 0,05 sehingga uji ini signifikan. Dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variabel nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI berpengaruh secara signifikan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap hipotesis yang telah dirumuskan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel nilai transaksi perdagangan saham menunjukkan tidak berpengaruh signifikan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. Artinya nilai transaksi perdagangan saham tidak memberikan kontribusi apapun terhadap perubahan Indeks Harga Saham Gabungan.
2. Variabel nilai kurs US Dollar menunjukkan pengaruh negatif atau adanya pengaruh yang berlawanan antara perubahan nilai kurs US Dollar dengan Indeks Harga Saham Gabungan. Dengan kata lain jika nilai kurs US Dollar meningkat akan menyebabkan penurunan IHSG dan sebaliknya penurunan kurs US Dollar akan menyebabkan kenaikan IHSG.
3. Variabel nilai tingkat bunga SBI menunjukkan pengaruh positif atau adanya pengaruh antara perubahan nilai tingkat bunga SBI dengan Indeks Harga Saham Gabungan. Dengan kata lain jika tingkat bunga SBI meningkat akan menyebabkan kenaikan IHSG dan sebaliknya penurunan tingkat bunga SBI akan menyebabkan penurunan IHSG.
4. Hasil perhitungan diperoleh nilai F=106,046; jadi terbukti bahwa perubahan nilai transaksi perdagangan saham, nilai kurs US Dollar dan nilai tingkat bunga SBI secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan.

5. Hasil pengujian uji t didapatkan nilai t hitung paling besar dan paling signifikan. Ternyata variabel kurs US Dollar (X_2) dan tingkat bunga SBI (X_3) mempunyai nilai t hitung besar, dan koefisien regresinya paling besar, sehingga variabel kurs US Dollar (X_2) dan tingkat bunga SBI (X_3) merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Sehingga hipotesis yang diduga bahwa kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI adalah faktor dominan pengaruhnya terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dapat diterima dan dibuktikan secara statistik.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan besarnya pengaruh nilai transaksi perdagangan saham, kurs US Dollar dan tingkat bunga SBI hanya sebesar 56,7%.

DAFTAR PUSTAKA

Alder, M. and B. Dumas, 1984. *Exposure to Currency Risk: Definition and Measurement*, Vol.13 (Financial Management): 41-50.

Ang, R, 1997. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Mediasoft, Jakarta

Anoraga, Panji dan Pakarti, Piji, 2001. *Pasar Modal, Keberadaan dan Manfaatnya Bagi Pembangunan,* Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Avonti, Amos Amoroso dan Praboto, Hudi, 2004. *Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah/US$ dan Tingkat Suku Bunga BI terhadap Indeks Harga Saham Gabungan di BEJ*. Jurnal Akuntansi Bisnis Vol. III No. 5 September.

Boediono, 1996. *Ekonomi Moneter*, Edisi Ketiga. BPFE, Yogyakarta.

Bollerslev, T., 1986. *Generalised Autoregressive Conditional Heteroscedasticity*, Vol.31 (Journal of Economometrics): 307-28.

Elton and Gruber, 1995. *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis,* Fourth Edition.

Enders, W. 2004. *Applied Econometric Time Series*. United States of America. Phoenix Color Corp, University of Alabama.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP-UNDIP.

Gujarati, Damodar., 1989. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga, Jakarta.

Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok–pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia.

Hashemzadeh, N. and Taylor, P., 1988. *Stock Price, Money Supply, and Interest Rate: The Question of Causality*. Volume 20 (Applied Economic): 1603-1611.

Hondroyiannis G., Papapetrou E. 2001. *Macroeconomic Influences On The Stock Market*. Journal of Economics and Finance, 25(1):33-49

Husnan, Suad, 2008. *Dasar-dasar Portofolio dan Analisis Sekuritas*, Edisi Tiga, Yogyakarta: BPFE.

http://www.bi.go.id

http://www.bapepam.go.id

http://www.jkse.co.id

Indonesia Stock Exchange (2011) *Buku Panduan Indeks Harga Saham Bursa Efek Indonesia Tahun 2010. Indonesia Stock Exchange, Jakarta*. (http://www.idx.co.id diakses 20 Juli 2012)

Jogiyanto, 1998. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE, Yogyakarta.

Jogiyanto, Hartono, 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE.

Marzuki, 2000. *Metode Penelitian Survey*, Jakarta : LP3ES.

Mudji Utami, November 2000. *Analisis Faktor Fundamental dan Resiko Sistematis Terhadap Harga Saham Properti di BEJ*. Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol.5 No.2.

Mulyono, Sugeng, 2000. *Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Tingkat Bunga Terhadap Harga Saham*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 1 No. 2 Desember.

Nopirin, 1993. *Ekonomi Moneter*, Jilid I, Edidi Ketiga. BPFE, Yogyakarta.

Nyotowijoyo, Yunita dan Llewelyn, September 2002. *Analisa Pergerakan Suku Bunga dan Laju Espektasi Inflasi Untuk Menentukan Kebijakan Moneter di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.4 No.2. Puslit Petra Hal: 98-107.

Puspopranoto, Sawaldjo., 2004. *Keuangan Perbankan dan Pasar Keuangan: Konsep, Teori, dan Realita*. LP3ES, Jakarta.

Okty., Dwi, 2002. *Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Indeks Harga Saham.* Jurnal Manajemen Dan Keuangan Vol.3 No.4, STIE Malangkucecwara.

Rudiger Dornbusch, 2004. *Makro Ekonomi.* Jakarta : Media Global Edukasi.

Salvatore, Dominick., Munandar,Haris., 1997. Ekonomi Internasional, Jilid 2, Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.

Samuelson, 2004, Ilmu *Makro Ekonomi*. Jakarta : Media Global Edukasi.

Samuelson, Paul, D. Nordhaus, 2003. *Makro Ekonomi*, Cetakan Pertama. Airlangga, Jakarta.

Santoso, Singgih., 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20, Cetakan Kedua. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sarwono, Djoko,. 2003. *Analisa Beberapa Faktor Yang Memperngaruhi Perubahan Harga Saham Perusahaan Go Publik di BES*. Universitas Brawijaya, Tidak Dipublikasikan.

Sinungan, M., 1992.*Manajemen Dana Bank*, Edisi Ketiga, Cetakan Kelima. Bumi Aksara, Jakarta.

Suad, Husnan., 1998. *Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan Buku II*, Edisi 4. BPFE, Yogyakarta.

Sunariyah, 2000. *Pengantar Pasar Modal*, Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal. Jakarta: BP. Cipta Jaya.

Utami, Mudji dan Rahayu, Mudjilah, 2003. *Peranan Profitabilitas, Suku Bunga, Inflasi Dan Nilai Tukar Dalam Mempengaruhi Pasar Modal Indonesia Selama Krisis Ekonomi*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 5 No.2 September.

W. Benny, Doddy, Budi., 1998. *Peranan Kebijakan Nilai Tukar dalam Era Deregulasi dan Globalisasi*. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, Vol.1 No.1. Juli.

Wibowo, Y. Santoso, 1998. *Dampak Kegiatan Bank Terhadap Efektifitas Kebijakan Moneter*. Buletin Ekonomi dan Perbankan, Vol.1 Juli 1998.

Widoatmodjo, Sawidji., 2009. *Pasar Modal Indonesia*. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Wiyani, Wahyu dan Wijayanto, Andi, 2005. *Pengaruh Nilai Tukar Rupiah, Tingkat Suku Bunga Deposito dan Volume Perdagangan Saham terhadap Harga Saham, Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Tahun IX, No.3 September.

INFLUENCE OF ECONOMIC VALUE ADDED, MARKET VALUE ADDED, RETURN ON ASSETS, RETURN ON EQUITY, AND EARNING PER SHARE ON STOCK RETURNS (STUDY ON MISCELLANEOUS INDUSTRY COMPANIES)

Nina Angraeni[1)]
Wiwiek R. Adawiyah[1)]
Najmudin[1)]
E-mail : kuliah_najmudin@yahoo.co.id
[1)]Economics Faculty of Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, Return on Equity, and Earning per Share on stock returns. Using global data from 2007-2010, the research uses EVA, MVA, ROA, ROE, EPS, and stock returns on the miscellaneous industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The samples are selected by purposive sampling method. From 38 companies, only 28 companies are selected as samples for this study. Analytical tool used is multiple regression analysis. Results show that Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, and Earning per Share individually have positive effect on stock returns, but Return on Equity has negative effect on stock returns.

Keywords: ***Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, Return on Equity, Earning per Share, Stock Returns.***

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *price to book value* (PBV), *number of trading*, dan *trading volume* terhadap *abnormal return* perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2010. Sampel sebanyak 16 perusahaan dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan LQ45 yang dipublikasian secara berturut-turut selama tahun 2009-2010 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan analisis elastisitas.

Hasil analisis regresi menunjukan bahwa *price to book value* mempunyai pengaruh negatif terhadap *abnormal return*, *number of trading* tidak mempunyai pengaruh terhadap *abnormal return*, dan *trading volume* mempunyai pengaruh negatif terhadap *abnormal return*, serta *trading volume* mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap *abnormal return*. Hasil penelitian ini menyarankan investor dalam memutuskan membeli dan menjual saham tidak hanya melihat harga saham, tetapi harus memperhitungkan pula *price to book value* saham tersebut. Hal ini dikarenakan harga saham biasanya tidak menggambarkan kinerja sesungguhnya saham tersebut. Investor dalam memutuskan untuk membeli atau menjual saham di perusahaan LQ45 sebaiknya tidak hanya melihat ada tidaknya jumlah hari transaksi perdagangan saham karena jumlah hari transaksi perdagangan saham tidak menggambarkan kinerja perusahaan.

Kata Kunci: *Price to Book Value, Number of Trading, Trading Volume, Abnormal return.*

INTRODUCTION

The process of generating stock returns has been one of the most popular topics of research in finance since article published in 1900 (Kenneth, 1980). Return is the motivator in an investment process, the measurement of return is a way that is often used by investors to compare different investment alternatives (Tendi and Maya, 2005).

It is important to recognize that the objectives of management may in some situations differ from those of the company's shareholders. One of the best ways to induce management to adopt a shareholder orientation is to use performance measures. Moreover, it is generally accepted that the most important role of managers is to maximize the firm value (Rappaport, 1998; Worthington and West, 2004; and Lovata and Costigan, 2002). Since 1900s, traditional accounting-based measures, such as earning per share (EPS), return on equity (ROE) and return on assets (ROA), have been used to operationalize this concept (Maditions et al., 2009; and Worthington and West, 2004).

In early 1990s, in order to overcome the criticisms against traditional accounting measures, several scholars suggested new performance measures. One of these new measures is economic value added (EVA). EVA which is a trade-marked variant of residual income, developed by Stern Stewart & Co. Stewart (1994) argues that "earning, earning per share and earnings growth are misleading measures of corporate performance and the best practical periodic performance measure is EVA". Stewart (1994) mentions that "EVA is almost 50% better than its closest accounting-based competitor (including EPS, ROE and ROA) in explaining changes in shareholder wealth". In addition to EVA, there is an external performance measurement, called Market Value Added. MVA is the best final measure of a company's performance (De Wet and Hall, 2004).

Empirical studies of various studies on the effects of EVA, MVA, ROA, ROE, and EPS on stock return show difference results. From description of previous studies result conducted Pradhono and Christiawan (2004), Susilowati and Turyanto (2011), Mehdi and Mahmoodi (2011) demonstrated the existence of research gaps and the relationship inconsistency between the studied variables on stock return.

The purpose of this study is to determine effect of Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, Return on Equity, Earnings per Share on stock return.

The hypotheses are as follow. H_1: EVA has a positive influence on stock returns; H_2: MVA has a positive influence on stock returns; H_3: ROA has a positive influence on stock returns; H_4: ROE has a positive influence on stock returns; H_5: EPS has a positive influence on stock returns.

ANALYSIS METHOD

Population and Sample

The population used in this research is the Miscellaneous Industry listed on Indonesian Stock Exchange period 2007-2010, which is amounted to 42 companies.

The sample selection of the existing population selected using purposive sampling method. The selected criteria in determining sample in this research are as follows: a). Miscellaneous Industry companies listed on the Indonesian Stock Exchange consistently during the period of 2007-2010; b). Miscellaneous Industry companies that publish audited annual financial statements persistently since 2007-2010 per December 31; c). Availability of stock prices from 2007 to 2010 to calculate the stock returns.

Operational Definition of Variables

1. Stock return. Stock return is the profit rate earned by investors from their stock investments (Ang, 1997). Stock return is calculated by the following formula:

Stock return = $(P_t - P_{t-1})/P_{t-1}$

2. Economic Value Added. EVA is the performance measure most directly linked to the creation of shareholder wealth over time (Mehdi and Mahmoodi, 2011). Formula of EVA is:

EVA = NOPAT – Capital Chargers

3. Market Value Added. MVA is a cumulative measure of corporate performance and that represents the stock market's assessment from a particular time onwards of the net present value of all a company's past and projected capital projects (De Wet and Hall, 2004). Formula of MVA is:

MVA = Total Market Value – Total Capital

4. Return on Assets. ROA often called the return on investment (ROI) measures the overall effectiveness of management in generating profits with its available assets. In this study, ROA is calculated by dividing Earnings before Interest and Tax to total assets. Formula used to calculate ROA is:

ROA = EBIT/Total Asset

5. Return on Equity. ROE is used widely by investors in appraising common stock purchases and by corporate planners in evaluating corporate performance. This ratio is calculated as net profit after tax divided by the total shareholders equity. This ratio measures the shareholders rate of return on their investment. ROE can be formulated as follows:

ROE = NIAT/Total Equity

6. Earning per Share. EPS measures the company's performance during the year and indicates the progress of the company in the near future. Formula used to calculate EPS is:

EPS = EAT/Number of Shares Outstanding

Technique of Data Analysis

This research uses multiple regression analysis used to examine the effect of EVA, MVA, ROA, ROE and EPS on Stock Returns. Regression equation model in this research is:

$$Y_{t+1} = \alpha + \beta_1 X_{1,t} + \beta_2 X_{2,t} + \beta_3 X_{3,t} + \beta_4 X_{4,t} + \beta_5 X_{5,t} + \varepsilon$$

Y = Stock Return; α = Constant; X_1 = relative change of EVA; X_2 = relative change of MVA; X_3 = relative change of ROA; X_4 = relative change of ROE; X_5 = relative change of EPS; β_i = Regression coefficients; ε = Error.

To test hypothesis 1 – 5 are used t test, i.e. testing was conducted to determine whether all the independent variables that is partially having a significant effect on the dependent variable.

RESULT AND DISCUSSION

Multiple Regression Analysis and Hypothesis test

From the results of multiple regression analysis showed in table 1 can be made multiple regression equation as follows:

$$Y_{t+1} = 0.058 + 0.090X_{1,t} + 0.082X_{2,t} + 0.009X_{3,t} + 0.096X_{4,t} + 0.054X_{5,t} + \varepsilon$$

Interpretation of multiple regression equation is as follows. Constant value is equal to 0.058 means variable of stock return is equal to 0.058 percent with the assumption that variable of Economic Value Added, Market Value Added, Return on Asset, Return on Equity, and Earning per Share is zero.

Regression coefficient of X_1 (Economic Value Added) is equal to 0.090 means variable of Economic Value Added has a Positive effect on Stock Returns. It indicates that if variable of Economic Value Added increase one percent will decrease variable of stock returns by 0.090 percent.

Regression coefficient of X_2 (Market Value Added) is equal to 0.082 means variable of Market Value Added has a positive effect on Stock Returns. It indicates that if variable of Market Value Added increase one percent will increase variable of stock returns by 0.082 percent.

Regression coefficient of X_3 (Return on Assets) is equal to 0.009 means variable of Return on Assets has a positive effect on stock returns. It indicates that if variable of Returns on Assets increase one percent will increase variable of stock returns by 0.009 percent.

Regression coefficient of X_4 (Return on Equity) is equal to 0.096 means

variable of Earning per Share has a negative effect on stock returns. It indicates that if variable of Return on Equity increase one percent will increase variable of stock returns by 0.096 percent.

Regression coefficient of X_5 (Earning per Share) is equal to 0.054 means variable Earning per Share has a positive effect on stock returns. It indicates that if variable of Earning per Share increase one percent will increase variable of stock returns by 0.054 percent.

Based on table 1, it can be seen that the value of determination coefficient (R^2) is equal to 0.547 or 54.7%. It means that 54.7% variation of the variable of stock returns can be explained by variation of five independent variables (Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, Return on Equity and Earning per Share). While the residual at 45.3% explained by other variables outside the model.

Table: 1
Multiple Linier Regression Result

Model	Coefficient	t statistic	p-value
Constant	0.058	2.050	0.043
Economic Value Added	0.090	3.236	0.002
Market Value Added	0.082	2.610	0.010
Return on Asset	0.009	2.797	0.006
Return on Equity	0.096	2.104	0.038
Earnings per Share	0.054	2.691	0.008
R^2: 0.547			
F statistic: 24.646			

F statistic on the table 1 with the confidence level at 95% or $\alpha = 0.05$ and df = (6-1) (108-1) shows $F_{statistic}$ (24.646) > F_{table} (2.29) and sig. value (0.000) < 0.05. Thus, it can be concluded that Economic Value Added, Market Value Added, Return on Assets, Return on Equity, and Earning per Share simultaneously have significant effect on Stock Returns.

Based on the calculation results of the t statistic on the table 1 for one tailed test with the confidence level at 95% or $\alpha = 0.05$ and df = (108-1) obtained value of t_{table} is equal to 1.66. The effect of each independent variable on dependent variable can be explained as follows.

Based on the table 1 is known that regression coefficient of Economic Value Added is equal to 0.090. It indicates positive relationship between Economic Value Added and stock return.

By using $\alpha = 0.05$ obtained t statistic (3.236) > t table (1.66) and sig. value (0.002) < 0.05. It indicates that Economic value Added partially has positive effect on stock return, thus hypothesis 1, which states that there is positive effect of Economic Value Added on stock return is accepted. The result is consistent with result of

research performed Lehn and Makhija (1996).

Based on the table 1 is known that regression coefficient of Market Value Added is equal to 0.082. It indicates positive relationship between Market Value Added and stock return. By using $\alpha = 0.05$ obtained $t_{statistic}$ (2.610) > t_{table} (1.66) and sig. value (0.010) < 0.05. It indicates that Market Value Added partially has positive effect on stock return, thus hypothesis 2, which states that there is positive effect of Market Value Added on stock return is accepted. The result is consistent with result of research performed Lehn and Makhija (1996).

Based on the table 1 is known that regression coefficient of Return on Asset is equal to 0.009. It indicates positive relationship between Return on Asset and stock return. By using $\alpha = 0.05$ obtained $t_{statistic}$ (2.797) > t_{table} (1.66) and sig. value (0.006) < 0.05. It indicates that Return on Asset partially has positive effect on stock return, thus hypothesis 3, which states that there is positive effect of Return on Asset on stock return is accepted. The result is consistent with result of research performed by Mais (2005).

Based on the table 1 is known that regression coefficient of Return on Equity is equal to 0.096. It indicates negative relationship between Return on Equity and stock return. By using $\alpha = 0.05$ obtained t statistic (2.104) > t table (1.66) and sig. value (0.038) < 0.05. It indicates that Return on Equity partially has negative effect on stock return, thus hypothesis 4, which states that there is positive effect of Return on Equity on stock returns is accepted. The result is consistent with result of research performed by Sparta and Februaty (2005).

Based on the table 1 is known that regression coefficient of Earning per Share is equal to 0.054. It indicates positive relationship between EPS and stock returns. By using $\alpha = 0.05$ obtained t statistic (2.691) > t table (1.66) and sig. value (0.044) < 0.05. It indicates that EPS partially has positive effect on stock return, thus hypothesis 5, which states that there is positive effect of EPS on stock return is accepted. The result is consistent with result of research performed by Kennedy (2005) and Mais (2005).

CONCLUSION

From the discussion earlier, it can be concluded as follows:

1. Economic Value Added has positive effect on stock return.
2. Market Value Added has positive effect on stock return.
3. Return on Asset has positive effect on stock return.
4. Return on Equity has positive effect on stock return.
5. Earning per Share has positive effect on stock return.

The implications revealed are:

1. For management of Miscellaneous Industry Companies, they should to increase an attention on company's financial conditions and analyze various financial ratios, especially EVA, MVA, ROA, ROE, and EPS.
2. For investors, who intend to obtain good rate of return may

consider the financial statement information in the form of financial ratios as a basis for investment decision making in the stock market. Stocks of companies that have good financial performance can be an option to invest because it has effect on stock return.

REFFERENCES

Ang, R. 1997. Capital Market in Indonesia. Jakarta: Mediasoft Indonesia.

De Wet, J.H. and J. H. Hall. 2004. The relationship between EVA, MVA and leverage, Meditari Accountancy Research, Vol.12, No.1: 39-59.

Cooper, Donald R and Pamela S.Schindler. 2006, Bussines Research Methods, 9th edition. McGraw.Hill International Edition.

Kenneth, French R. 1980. Stock Returns and the Weekend Effect. Journal of Financial Economics 8, 55-69.

Lehn, K. and Makhija, A. K. 1996. EVA and MVA as Performance Measures and Signals for Strategic Change. Strategy and Leadership, 24, pp. 34–38.

Lovata, M. Linda and L. Michael Costigan. 2002. Empirical analysis of adopters of Economic value added. Management Accounting Research, Vol. 13, pp. 215-228.

Maditions, I. Dimitrios., Sevic, Zeljko., and Theriou N. Geordios. 2009. Modelling traditional accounting and modern value-based performance measures to explain stock market returns in the Athens Stock Exchange (ASE). Journal of Modeling in Management, Vol. 4, No. 3, pp. 182-201.

Mais, Rimi Gusliana. 2005. Pengaruh Rasio-rasio Keuangan Utama Perusahaan Terhadap Harga Saham Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2004. Jurnal Ekonomi STEI, 14(3), 30.

Mehdi, Arabsalehi and Imam Mahmoodi. 2011. EVA or Traditional Accounting Measures; Empirical Evidence from Iran. International Journal Research Journal of Finance and Economics – Issue 65, 1450-2887.

Shubita, Mohammad Fawzi. 2010. The Relationship between EVA and Stock Returns. International Journal Research Journal of Finance and Economics – Issue 59, 1450-2887.

Pradhono and Yulius Jogi Christiawan. 2004. Pengaruh EVA, Residual Income, Earnings dan Arus Kas Operasi terhadap Return yang Diterima oleh Pemegang Saham. *Jurnal Akuntasi dan Keuangan*, Vol. 6, Hlm. 140-163.

Rappaport, A. 1998. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors, 2nd ed., New York, The Free Press.

Stewart, G. B. 1994. EVA: fact or fantasy. Journal of Applied Corporate Finance, Vol. 7, No. 2, pp. 71-84.

Sparta and Februaty. 2005. Pengaruh ROE, EPS, OCF Terhadap Harga Saham Industri Manufacturing di Bursa Efek Jakarta. Jurnal Akuntansi, 9 (1).

Susilowati, Yeye and Tri Turyanto. 2011. Reaksi Signal Rasio Profitabilitas dan Rasio Solvabilitas Terhadap Return Saham Perusahaan. *Dinamika Keuangan dan Perbankan* – ISSN: 1979-4878.

Tendi, Stevanus and Maya. 2005. Pengaruh Faktor Fundamental, dan Resiko Sistematis Terhadap Tingkat Pengembalian Saham BEJ. *Usahawan*, pp. 26-37. Jakarta.

Worthington, A.C. and West Tracey. 2004. Australian Evidence Concerning the Information Content of Economic Value Added. Australian Journal of Management, Vol. 29, No. 2, pp. 201-24.

THE EFFECT OF PRICE TO BOOK VALUE, NUMBER OF TRADING, AND TRADING VOLUME ON ABNORMAL RETURN AFTER SUSPENDED TRADING PERIOD

Tiara Patmasari[1)]
Wiwiek R. Adawiyah[1)]
Najmudin[1)]
E-mail : kuliah_najmudin@yahoo.co.id
[1)]Economics Faculty of Jenderal Soedirman University

ABSTRACT

The main objective of this study was to analyze the influence of price to book value, number of trading, and trading volume on abnormal return and to analyze the factor that has the greatest influence on abnormal return. The population of this study was all LQ45 companies listed in the Indonesian Stock Exchange during 2009 to 2010. Samples of 16 companies were selected using purposive sampling method. The types of data used were secondary data obtained from financial statement of food and beverages companies that consistently published during 2009 to 2010 listed in the Indonesian Stock Exchange. Techniques of data analysis used were multiple regression analysis and elasticity analysis.

The results of regression analysis showed that price to book value had negative effect on abnormal return, number of trading had not significance effect on abnormal return, trading volume had negative effect on abnormal return, trading volume was the most dominant effect on abnormal return. Implication of this research is investors in deciding to buy or sell a stock do not only see the stock price, however they should consider the price of book value. This is because stock price usually not describes the actual performance of the stock. Investors in deciding to buy or sell a stock do not only consider the volume of shares traded. But they also compare it with the number of shares outstanding. Investors in deciding to buy or sell a stock in the LQ45 index should not only see whether or not the transaction or the number of trading days, this is because the number of days does not reflect the company's performance.

Keywords: *Price to Book Value, Number of Trading, Trading Volume, Abnormal return.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *price to book value* (PBV), *number of trading*, dan *trading volume* terhadap *abnormal return* perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2010. Sampel sebanyak 16 perusahaan dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan LQ45 yang dipublikasian secara berturut-turut selama tahun 2009-2010 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan analisis elastisitas.

Hasil analisis regresi menunjukan bahwa *price to book value* mempunyai pengaruh negatif terhadap *abnormal return*, *number of trading* tidak mempunyai pengaruh terhadap *abnormal return*, dan *trading volume* mempunyai pengaruh negatif terhadap *abnormal return*, serta *trading volume* mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap *abnormal return*. Hasil penelitian ini menyarankan investor dalam memutuskan membeli dan menjual saham tidak hanya melihat harga saham, tetapi harus memperhitungkan pula *price to book value* saham tersebut. Hal ini dikarenakan harga saham biasanya tidak menggambarkan kinerja sesungguhnya saham tersebut. Investor dalam memutuskan untuk membeli atau menjual saham di perusahaan LQ45 sebaiknya tidak hanya melihat ada tidaknya jumlah hari transaksi perdagangan saham karena jumlah hari transaksi perdagangan saham tidak menggambarkan kinerja perusahaan.

Kata Kunci: *Price to Book Value, Number of Trading, Trading Volume, Abnormal return.*

INTRODUCTION

Stockholders expect benefits of return by investing in shares. Stock return can be either in the form of capital gain (stock trading profits) or dividends (share of earnings for investors). If the focus is capital gain then investor should choose stock with high frequency number of trading. On the contrary, if more than expecting dividends should choose stock with stable liquidity. In the capital market is known as blue chips shares.

Companies that own blue chips shares, in Indonesia stock exchange are known as the LQ 45 group (Jogiyanto, 2008). As the name implies, a company belonging to this group as many as 45 companies that always attract investors. Investors are interested to buy shares of LQ45, with the expectations of investors within investing to take benefit as dividends with the possibility of selling shares when there are

indications of positive abnormal return.

Suspended trading in Indonesia stock exchange is a form of decision Indonesia stock exchange authority in the case of a company suspected of harming investors. It can be detrimental to investors when the company is not transparent in the capital markets such as corporate actions, the company is expected to have substantial losses and its shares are not actively traded on secondary markets. Suspend is expected to reduce panic by investors and the market is conducive to the suspension of stock trading (Liu and Lu, 2008). This makes investors unable to sell their shares until the suspension be revoked. Economically it is difficult to understand that the LQ45 Company with stable liquidation had suspended. But by looking at the factors that the reason Bapepam decided to suspend, there will be a stops the stock trading for a while. Suspension generally occurs at the LQ 45 non-fundamental reasons, as a result of corporate actions that are not reported to Bapepam. Investors are panic usually characterized by increasing the frequency number of trading with a total volume of shares traded substantial. Capital market instruments automatically will correct the price to book value shares of the company. The instrument is a stock price movement until it reaches the equilibrium point between supply and demand. Sale and purchase stock actions have consequences on stock price fluctuations in the stock market measured by the size of abnormal return.

Soongswang (2006) explains that the model of the influence of fundamental factors (ROA and DER) and non fundamental (Trading Volume) in explaining the effect of Abnormal Return was less efficient because of its influence fundamental proved inconsistent. Price to Book value and Number of trading variables can be used as an alternative. In the regression model, the variable of financial performance (ROA and DER) did not have consistently affecting market adjusted return. This represents potentially for future research. In the regression model without interaction factor, the variable consistently affecting market adjusted return is trading volume. It remains unclear what additional variables may be significant in abnormal stock performance. However, the number of trading days can be considered a variable.

Bettis et al. (2000) actually see the other side of the trading days should be considered given the investor seekers Return stock preferred shares with high-frequency trading. Previously Barber and Loeffler (1993) also examined the influence of trading days on abnormal return and the result has a positive influence, the same with Meulbroek (1992) and Shleifer (1986) who proved to be positive.

Barclay and Kandel (1998) proved that Trading Volume had a negative effect on Abnormal Return. This means that if the Trading Volume increases, the Abnormal Return is reduced; this is due to investor expectations of approaching reality.

The purposes of this study are to analyze the influence of price to

book value, number of trading, and trading volume on abnormal return and to analyze the factor that has the greatest influence on abnormal return.

The hypotheses are as follow. H_1: Price to book value has negative effect on abnormal return; H_2: Number of trading has positive effect on abnormal return; H_3: Trading volume has negative effect on abnormal return; H_4: Number of trading is the most dominant effect on abnormal returns.

ANALYSIS METHOD

Population and Sample

Population of this study was all LQ 45 companies listed in Indonesia Stock Exchange during 2009-2010. On this study sampling was conducted by a non probability sampling, with purposive sampling approach in which sampling was adapted to the purpose, with the following criteria: a). LQ 45 group companies listed in the Indonesia Stock Exchange persistently during 2009-2010, b). LQ 45 companies that consistently published annual report between the years 2009-2010.

Operational Definition of Variables

1. Price to book value: comparison regular closing price per share of stock with book value per share of stock.
2. Number of trading: numbers of days of stock trading annually recorded on the Board of the Exchange.
3. Trading volume: volume of stock trading recorded on the Board of the Exchange
4. Abnormal return: the difference between stock return of company and the stock market return.

Technique of Data Analysis

Multiple regression method is used to analysis causality influence and the model is $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon$.

Y = Abnormal Return; α = Constant; X_1 = Price to Book Value; X_2 = Number of Trading; X_3 = Trading Volume; β_i = Regression coefficients; ε = Error.

To test hypotheses 1 – 3 are used t test, i.e. the testing conducted to determine whether all the independent variables are partially having a significant effect on the dependent variable.

To test the fourth hypothesis, this study uses elasticity analysis. The elasticity test is used to determine the greatest influence among the independent variables.

RESULT AND DISCUSSION

Multiple Regression Analysis and Hypothesis test

From table 1, it can be made equation as follows:

$Y = -6.656 - 0.219X_1 + 0.071X_2 - 0.454X_3$

The interpretation of the regression equation is: Constant value of -6.656, meant that abnormal return was amounting to -6.656 with the assumption that price to book value, number of trading and trading volume were zero. Coefficient of price to book value of -0.219 meant that price to book value had a negative effect on abnormal return. An increase of one unit of price to book value rate would decrease the abnormal return by -0.219, assuming

that other variables remained constant.

Coefficient of number of trading of 0.071 meant that number of trading had a positive effect on abnormal return. An increase of one unit of number of trading rate would increase the abnormal return by 0.071, assuming that other variables remained constant. Coefficient of trading volume of -0.454 meant that trading volume had a negative effect on abnormal return. An increase of one unit of trading volume rate would decrease the abnormal return by-0.454, assuming that other variables remained constant.

Coefficient of determination (R^2) was 0.368. This means that the independent variable on the dependent variable could be explained by 36.8%, while the remaining of 63.2% could be explained by variables outside of the study variables.

Table: 1
Multiple Linier Regression Result

Model	Coefficients	t statistic	p-value
Constant	-6.656	-2.273	0.787
PBV	-0.219	-2.224	0.034
Number of trading	0.071	0.723	0.475
Trading Volume	-0.454	-2.664	0.013
R^2: 0.368			
F statistic: 5.445			

The result of data analysis in table 1 was obtained for price to book that t statistic value was -2,224. For number of trading was 0,723 and for trading volume was -2,664. With t table was known that the value was 2.05. Thus, PBV partially affected on the abnormal return. Therefore, hypothesis 1 was accepted.

Number of trading partially does not affect on the abnormal return. Therefore, hypothesis 2 was rejected.

Trading volume partially affected on the abnormal return. Therefore, hypothesis 3 was accepted.

E_1 = -14.48 meant the increase of one percent the PBV would give effect to the abnormal returns for -14.48. E_3 = -204.71 meant the increase of one percent the trading volume would give effect to the abnormal returns for -204.71. Result of calculations on elasticity suggests that elasticity of trading volume (-204.710) > elasticity of PBV (-14.480). This meant that statistically trading volume had the most dominant influence on abnormal returns, so that hypothesis 4 was rejected.

Hypothesis 1 stated price to book value had negative effect on abnormal return. From the result could be seen that the probability value < 0.05, then it could be concluded that price to book value had significance on abnormal return and the hypothesis was supported empirical data. Negative PBV was caused by direct relationship between close price and the PBV. This meant that investors would respond

positively to the rise in stock prices. If profit is higher, then abnormal return is reduced this is due to investor (Ang, 1998). It meant that PBV had negative influence to abnormal return.

Hypothesis 2 stated number of trading had positive effect on abnormal return. From the result, it could be seen that the probability value > 0.05, then it could be concluded that number of trading had not significance on abnormal return. The investors in the international exchange with the high profile listed companies tend to think rationally and do not be involved in stock trading (Bettis et al., 2000). Investors do not know the information how many shares traded in a day. Investors are not interested in number of trading because number of trading is usually not describes the actual performance of the stock.

Hypothesis 3 stated trading volume had negative effect on abnormal return. The result could be seen that the probability value < 0.05, then it could be concluded that trading volume had significance on abnormal return and the hypothesis was supported empirical data.

Number of shares traded depends on the variation of stock prices. Investors should compare trading volume on stock market with number of shares outstanding. LQ45 tend to be stable, investors are not interested in selling their shares, therefore when the stock trading volume increased, investors who do not own shares LQ45 are interested in purchasing and generally if stock trading increases then the close price also increases. Therefore, if the volume of shares traded increased and result in abnormal return decreases. According to research from Barclay and Kandel (1998) that state price of a share was the most influential of the abnormal return while the trading volume was less strong. It meant that trading volume has negatively affected the abnormal return.

Hypothesis 4 stated number of trading is most dominant influence on abnormal returns. The result could be seen that the trading volume was the most dominant influence on abnormal return. Bettis (2000) stated that the investors in the international exchange with the high profile listed companies tend to think rationally and do not be involved in stock trading. Stephan and Walley (1990) stated that stock trading volume is equivalent to the number of the trading day, but may contain asymmetric if simultaneously with the pricing information.

CONCLUSION

From the discussion earlier can be concluded that:

1. Price to book value had negative effect on abnormal return.
2. Number of trading had not significance effect on abnormal return.
3. Trading volume had negative effect on abnormal return.
4. Trading volume was the most dominant effect on abnormal return.

The implications revealed are:

1. Investors in deciding to trade a stock do not only see the stock price, but also should consider price to book value because stock price does not usually describe the actual

performance or the condition of the financial company, because determined by the supply and demand of the stock.

2. Investors should compare number of trading and trading volume before deciding to buy the stock. Efficient stock is traded in large numbers with a high frequency.

REFFERENCES

Ang, Andrew and Jun Liu. 1998. A Generalized Earnings Model of Stock Valuation. May 14, 1998. http://www.internationalresearchjournaloffinanceandeconomics.com

Barber, Brad M. and Douglas Loeffler. 1993. Second hand information and Price pressure. Journal of financial and quantitative analysis. Vol. 28 no.2 June 1993.

Barclay, Michael J. and Eugene Kandel. 1998. The Effects of Transaction Costs on Stock Prices and Trading Volume. Journal of Financial Intermediation 7, 130–150 (1998).

Bettis, J.C., J.L. Coles and M.L. Lemmon. 2000. Corporate policies restricting trading. Journal of Financial Economics 57 (2000) 191-220.

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Jogiyanto, 2008. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. BPFE.Yogyakarta.

Liu, Qiu and Lu, J., 2008. Corporate Governance and Earnings Management in China's Listed Companies: a Tunneling Perspective. Journal of Corporate Finance 13,881-906

Meulbroek, Lisa K., 1992. An Empirical Analysis of Illegal Insider Trading. The Journal of Finance, Vol. 47, No. 5 (Dec., 1992).

Shleifer, Andrei. 1986. Do Demand Curves for Stocks Slope Down? The Journal of Finance, Vol. 41, No. 3, (Jul., 1986).

Soongswang, Amporn. 2006. The analysis impact of corporate actions on abnormal return (The Case of Stock Split and Reverse Stock Split in Jakarta Stock Exchange). International Research Journal of Finance and Economics. ISSN 1450-2887 Issue 69.

Stephan, Jens A. and Robert E. Whaley. 1990. Intraday Price Change and Trading Volume Relations in the Stock Option Markets. The Journal of Finance, Vol. XLV no. 1 March 1990.

DETERMINATION FACTORS OF CAPITAL STRUCTURE POLICY AND FIRM VALUE IN INDONESIA STOCK EXCHANGE

Herry Subagyo[1)]
E-mail : Pandanai33@gmail.com
[1)]Stikubank University, Semarang

ABSTRACT

This paper aims to make a theoretical model factors that determine capital structure policy and firm value in Indonesia Stock Exchange. Analysis will be done by placed capital structure as intervening variable. While the Microeconomic factors and macroeconomic factors placed as independent variable that predicted directly affect to capital structure and firm value. To examine direct effect of independent variable to dependent variable used two-stage regression, where as to test the role of mediating variable used Sobel Test.

Keywords*: capital structure, Macroeconomics, Microeconomic*

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk membuat model teoritikal faktor-faktor yang menentukan kebijakan struktur modal dan nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Analisis dilakukan secara berjenjang dengan menempatkan kebijakan struktur modal sebagai variabel intervening. Faktor mikroekonomi dan faktor makroekonomi ditempatkan sebagai variabel independen yang diprediksi secara langsung mempengaruhi kebijakan struktur modal dan nilai perusahaan. Untuk menguji pengaruh langsung variable independen terhadap variable dependen digunakan dua tahap regresi, sedangkan untuk menguji peran variable mediasi digunakan Sobel Test

Kata kunci *: Struktur modal, Faktor Makroekonomi, Faktor Mikroekonomi*

A. Latar Belakang Masalah.

Struktur modal berkaitan dengan penggunaan sumber dana utang untuk membiayai aktivitas investasi. Kebijakan struktur modal merupakan kebijakan yang strategis karena menyangkut konsekwensi finansial jangka panjang yang berdampak pada resiko dan nilai perusahaan. Penggunaan utang dapat menghemat pajak *(tax saving)* karena beban bunga penggunaan utang dapat menguragi pajak *(tax deductable)*, Disisi lain, penggunaan utang dapat meningkatkan beban tetap, yang

berpotensi pada peningkatan resiko. Dengan demikian penggunaan utang merupakan *trade-0ff* antara penghematan pajak diperoleh dengan meningkatkan resiko. Optimalisasi struktur modal sebagai kebijakan pendanaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terkait dengan masalah tersebut dijelaskan oleh Stiglizt (1969) bahwa suatu perusahaan memiliki tingkat utang yang optimal, dan berusaha untuk menyesuaikan tingkat utang riilnya kearah yang optimal apabila terjadi *over leverage* atau *under leverage*.

Optimalisasi struktur modal sebagai salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan dapat diwujudkan apabila manajemen mampu mengindentifikasi faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memutuskan kebijakan struktur modal. Dilihat dari perspektif manajerial factor yang menentukan struktur modal dapat dibedakan : 1) faktor lingkungan Internal (mikroekonomi), yaitu kondisi atau posisi finansial yang secara langsung maupun tidak langsung dapat dikendalikan (*Controllable)* oleh manajemen, yang termasuk factor ini antara lain: tingkat keuntungan (*Profitability*), struktur kepemilikan (*Ownership Structure*), penghematan pajak*(Tax saving),* ukuran perusahaan *(Firm size*), pertumbuhan perusahaan(*Growth*), Jumlah aktiva tetap (*Fixed Asset),* dan faktor-faktor lainya. 2) faktor eksternal (makroekonomi) adalah lingkungan yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen akan tetapi dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap kebijakan struktur modal, factor tersebut antara lain: tingkat suku bunga *(Interest rate),* tingkat inflasi *(Inflation),* Nilai tukar *(Exhange Rate)* dan pertumbuhan ekonomi *(Economic growth)*. Kedua faktor tersebut penting untuk dipertimbangkan dalam menentukan kebijakan struktur modal, agar tujuan perusahaan meningkatkan nilai perusahaan dapat dicapai.

Bukti empirik terkait dengan faktor yang menentukan struktur modal dijelaskan oleh Harris dan Raviv (1991), Deemsomsak et al. (2004), Datta dan Agarwal (2009) dan Frank dan Goyal (2009). Harris dan Raviv (1991) dan ,dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan utang berbanding lurus dengan besarnya aktiva tetap, penghematan pajak bukan utang (*Non-debt tax shield*), peluang tumbuh, dan ukuran perusahaan, sedangkan volatilitas, biaya advertensi, biaya riset dan pengembangan, probabilitas kebangkrutan dan keunikan produk berbanding terbalik dengan penggunaan utang. Deemsomsak et al. (2004) melakukan penelitian dengan menggunakan sampel perusahaan di empat negara Asia Pasifik yaitu, Malaysia, Thailand, Singapura dan Australia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kebijakan utang pada lingkungan yang berbeda, dan hasilnya menunjukkan bahwa faktor yang menentukan penggunaan utang masing-masing negara tidak sama. .Bukti empirik ini menunjukkan bahwa keputusan struktur modal dipengaruhi oleh lingkungan makroekonomi dimana perusahaan itu beroperasi. Perbedaan ini antara lain: aktivitas pasar modal, tingkat

suku bunga, peraturan yang terkait dengan perlindungan investor dan konsentrasi kepemilikan. Secara umum hasil penelitiannya menemukan adanya kesamaan faktor yang menentukan struktur modal di empat negara tersebut antara lain : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal, sedangkan pertumbuhan perusahaan, *Non-debt tax shield*, likwiditas berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Hasil penelitian tersebut secara umum mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harris dan Raviv (1991).

Bukti empirik yang lain ditemukan oleh Datta dan Agarwal (2009), dengan menggunakan sampel perusahaan non finansial di India, khususnya pada masa perekomnomian sedang tumbuh. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan cenderung menggunakan sumber dana internal dalam membiayai kebutuhan operasionalnya. Secara rinci hasil penelitiannya dapat dijelaskan sebagai berikut Profitabilitas, Ukuran perusahaan dan *Non-debt tax shield* berpengaruh negatif terhadap struktur modal, sedangangkan Peluang tumbuh, dan Aktiva berwujud berpengaruh positif terhadap struktur modal. Dari penelitian tersebut terlihat adanya adanya variabel yang memiliki arah yang berlawanan dengan penelitian sebelumnya khususnya Ukuran perusahaan dan peluang tumbuh. Selanjutnya, Frank dan Goyal (2009) melakukan pengujian terhadap konsistensi faktor yang menentukan struktur modal perusahaan di di Amerika periode tahun 1950-2003. Dari penelitian tersebut menemukan enam faktor yang secara konsisten mempengaruhi kebijakan struktur modal yaitu : *Leverage* rata-rata industry, aktiva berwujud *(Tangible assets)*, profitabilitas, ukuran perusahaan *(Firm size)*, inflasi dan *Market to books ratio*. Dari ke enam faktor tersebut, faktor *market to books ratio* berhubungan terbalik dengan kebijakan utang selebihnya berbanding lurus dengan kebijakan struktur modal.

Penjelasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan struktur modal dan bukti empirik sebagaimana dijelakan tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi faktor-faktor yang menentukan serta adanya pengaruh lingkungan makroekonomi terhadap kebijakan struktur modal. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji faktor-faktor yang menentukan kebijakan struktur, khususnya perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

B. Teori Struktur Modal.

Pembahasan mengenai hubungan Struktur modal dengan nilai perusahaan pertama kali dikenalkan oleh Modigliani dan Miller (1963), dalam proposisinya menjelaskan bahwa penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena biaya bunga atas penggunaan utang dapat mengurangi pembayaran pajak. Nilai sekarang dari akumulasi penghematan pajak yang diporelah secara berkelanjutan tersebut merupakan penambahan nilai perusahan yang menggunakan utang. Menanggapi proposisi sebagaimana

dikemukakan oleh Modigliani dan Miller (1963), Stiglizt (1969), mengemukakan argumen bahwa pengaruh positif penggunaan utang terhadap nilai perusahaan akan mendorong perusahaan menggunakan utang sebanyak-banyaknya, penggunaan utang yang demikian itu akan meningkatkan resiko kebangkrutan. Menurutnya penggunaan utang merupakan *trade off* antara penghematan pajak yang diperoleh dengan meningkatnya resiko kebangkrutan. Sejalan dengan pemikiran tersebut Myers (1997), Myers dan Majluf (1984), menjelaskan bahwa penggunaan utang disatu sisi dapat menghemat pajak, disisi lain meningkatnya jumlah utang dapat meningkatkan *cost of financial distress* biaya kebangkrutan *(bankruptcy cost)* dan biaya transaksi *(transaction cost).* Hasil temuan ini selanjutnya melahirkan suatu teori struktur modal yang sekarang dikenal dengan *trade-off theory* atau *theory of Balancing.*

Pandangan yang berbeda mengenai hubungan strukur modal dengan nilai perusahaan dijelaskan oleh Donalson (1961), dalam pengamatan terhadap perilaku pendanaan perusahan di Amerika, hasil pengamatanya menunjukkan bahwa perusahaan yang profitabilitasnya tinggi cenderung menggunakan utang yang rendah, dengan kata lain, perusahaan yang banyak menggunakan ekuitas kinerjanya labih baik daripada perusahaan yang menggunakan utang. Sejalan dengan pengamatan tersebut, Myers dan Majluf (1977) dalam *Pecking order theory* menjelaskan logika teoritis fenomena kecenderungan turunnya harga saham pada saat pengumuman penerbitan saham baru. Menurutnya turunnya harga saham disebabkan karena ada asimetri informasi *(asyimetry information*) antara manajemen dengan pihak luar maka ketika menerbitkan saham baru diinterpretasikan harga saham sudah *overvalue.* Dengan demikian penerbitan saham baru menimbulkan biaya asimetri informasi, semakin besar turunnya harga saham semaking besar biaya asimetri informasi. Dibandingkan dengan saham penerbitan surat utang menurut pengamatanya lebih rendah karena utang memiliki pendapatan tetap sehingga lebih pasti dari asimetri informasi. Penggunaan sumber dana internal biayanya paling murah karena terbebas dari asimetri informasi.

C. Faktor Determinasi Struktur modal.

Untuk membangun model proposisi perlu dijelaskan masing-masing konstruk dan variabel yang diprediksi menentukan struktur modal dan nilai perusahaan. faktor yang diprediksi menentukan struktur modal tersebut adalah faktor lingkungan mikriekonomi, yaitu kondisi atau posisi finansial yang secara langsung maupun tidak langsung dapat dikendalikan oleh manajemen. Indicator yang digunakan untuk mengukur factor mikroekonomi antara lain: Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Peluang tumbuh, dan Aktiva berwujud. Sedang factor Makroekonomi adalah kondisi

ekonomi yang tidak bisa dikendalikan oleh manajemen, tetapi secara langsung mempengaruhi kebijakan struktur modal dan nilai perusahaan. Indikator makroekonomi yang diprediksi mempengaruhi kebijakan struktur modal dan nilai peruahaan antara lain, Inflasi, Tingkat bunga dan Pertumbuhan ekonomi.

Berikut ini penjelasan varibel-variabel yang diprediksi mempengaruhi kebijakan struktur modal dan nilai perusahaan, yaitu :

1. Profitabilitas.

Laba sering diartikan sebagai tingkat keberhasilan perusahaandalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Sebenarnya laba yang besar belum menjamin perusahaan bekerja secara efisien, efisiensi baru dapat diketahui apabila laba tersebut dibandingkan dengan aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Gibson (2001), menjelaskan bahwa " *profitability is the ability of firm to generate earnings, it is measured relative to a number of bases, such as assets, sales and invesment".* Dengan demikian profitabilitas merupakan rasio antara laba yang dihasilkan dengan sesuatu yang menggambarkan tolok ukur finansial perusahaan, seperti aktiva, penjualan atau investasi. Pengukuran kinerja keuangan ini dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Profitabilitas dapat diproksi dengan ROA, ROE, dan Profit Margin.

Donalson (1961), dalam pengamatanya menemukan bahwa perusahaan yang profitabilitasnya tinggi cenderung menggunakan sumber dana internal. Hasil temuan ini mengendikasikan bahwa perusahaan yang memperoleh keuntungan menggunakan keuntungan tersebut untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Temuan yang sama dikemukakan oleh Myers dan Majluf (1984) dalam *Pecking order Theory* bahwa penggunan sumber dana internal merupakan alternatif terbaik karena tidak menanggung biaya asimetri informasi sehingga biayanya lebih murah. Bukti empirik mengenai hubungan profitabilitas dengan struktur modal dijelaskan oleh Frank dan Goyal (2009), Gill, et al. (2009), bahwa profitabilitas berhubungan negatif dengan *leverage*, hasil penelitian ini memperkuat argumentasi *pecking order*, bahwa perusahaan cenderung menggunakan sumber dana internal.

2. Ukuran Perusahaan.

Ukuran Perusahaan menggambarkan besarnya skala aktivitas operasional perusahaan, ukuran perusahaan juga menggambarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Dilihat dari perspektif aktivitasnya , perusahaan besar dapat mengahsilkan produk yang relatif banyak dan variatif sehingga mampu menghasilkan penjualan yang tinggi. Sedangkan dilihat dari perspektif jumlah *assets* yang dimiliki, perusahaan yang besar memiliki jumlah kekayaan yang tinggi, hal ini bisa dilihat dari besarnya aset yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional. Pada umumnya, perusahaan besar cenderung malakukan diversivikasi usaha sehingga mempunyai risiko kebangkrutan yang kecil

dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar cenderung lebih mudah akses ke sumber dana karena memiliki resiko yang lebih rendah serta memiliki collateral assets yang dapat dipakai sebagai penjamin. Fama dan Frenc(2002) dalam penelitiannya menemukan bahwa perusahaan kecil mempunyai potensi *Asymetric information* yang tinggi, sehingga perusahaan kecil dalam keputusan pendanaan cenderung berperilaku seuai dengan *Pecking Order Theory*, searah dengan temuan tersebut Datta dan Agarwal (2009), Bas et al (2009) dan Franks dan Goyal membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal.

3. Aktiva Berwujud.

Aktiva berwujud (*tangible assets*) seperti *property*, mesin dan peralatan yang digunakan untuk operasional perusahaan merupakan aktiva yang mudah untuk dinilai oleh pihak luar, daripada aktiva tidak berwujud (*intangible assets*). Dilihat dari persepektif kreditor, aktiva yang berwujud merupakan *collateral assets* yang dapat dijadikan jaminan untuk mengganti kemungkinan risiko gagal bayar. Bagi kreditur aktiva ini merupakan salah satu syarat yang harus disediakan untuk memperoleh pijaman.

Bukti empirik hubungan struktur modal dengan aktiva berwujud dijelaskan oleh Rajan dan Zingale(1995), Titman dan Wessel(1998) bahwa aktiva berwujud *(tangibility)* dengan *leverge* berkorelasi positif. Hasil temuan tersebut mendukung pernyataan sebelumnya yang disampaikan oleh Brigham dan Gapenski(1992) bahwa perusahaan yang memiliki jaminan atas utang lebih mudah mendapatkan utang. Hasil temuan yang sama dilakukan oleh Franks dan Goyal (2003), Akhtar (2005), Franks dan Goyal (2009), dan Bas et al (2009).

4. Peluang Tumbuh *(Potential growth)*

Peluang tumbuh merupakan prospek terbukanya peluang investasi yang menguntungkan dimasa yang akan datang. Peluang investasi tersebut menggambarkan prospek yang dapat menghasilkan nilai sekarang bersih (NPV). Semakin besar peluang investasi yang tersedia, semakin besar peluang untuk meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaan. Mengutip pernyataan yang disampaikan oleh Myers (1977), bahwa nilai perusahaan merupakan kombinasi antara aktiva riil dengan peluang investai yang terbuka pada masa yang akan datang. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki peluang tumbuh diindetifikasi sebagai perusahaan yang memiliki pertumbuhan asetnya serta memiliki peluang investasi. sedangkan perusahaan yang tidak mengalami pertumbuhan diindikasikan sebagai perusahaan tidak mengalami perubahan asetnya serta tidak memliki peluang investasi yang terbuka. Kallapur dan Trombly (2001) menjelaskan bahwa penentu utama terbukanya peluang investasi adalah faktor industri seperti *barier to entry* dan *Product life cycle*. *barrier to entry* merupakan faktor yang dapat menghambat masuknya

pesaing ke dalam industri. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa peluang tumbuh tidak bisa diobservasi (*unobservable*) oleh karena itu harus digunakan proksi. Kallapur dan Trombly mengemukakan tiga proksi untuk mendeteksi peluang tumbuh yaitu : *Pertama***,** *Price-based proxies*, pendekatan proksi ini didasarkan atas pemikiran bahwa peluang pertumbuhan perusahaan dinyatakan, paling tidak secara parsial dalam harga saham, perusahaan yang memiliki peluang tumbuh nilai pasarnya lebih tinggi dari aset yang dimiliki *(asset in place). Kedua, Invesment-based proxies*, pendekatan ini berdasar pada pemikiran bahwa aktivitas investasi yang tinggi secara positif berhubungan dengan IOS suatu perusahaan. *Ketiga, Variance measure*, pengukuran ini berdasar pada pemikiran bahwa opsi investasi menjadi lebih bernilai apabila menggunakan variabilitas ukuran untuk memperkirakan opsi yang tumbuh. Bukti empirik hubungan peluang tumbuh dengan strutur modal dikemukakan oleh Fraks dan Goyal (2003), Datta dan Agarwal (2009) dan Franks dan Goyal (2009)

5. Inflasi

Inflasi sebagai salah satu indikator ekonomi yang menggambarkan turunya nilai uang dibandingkan dengan harga barang umum secara terus menerus (Sukirno,2000). Meningkatnya harga barang kebutuhan ini selanjutnya dapat menurunkan daya beli masyarakat, karena pendapatannya relatif tetap. Penyebab inflasi pada umumnya dapat dikelompokan ke dalam dua kategori, yaitu Inflasi tarikan permintaan (*demand pull inflation)* dan inflasi desakan biaya *(Cost push inflation).* Inflasi tarikan permintaan ini terjadi karena adanya meningkatnya permintaan agregat atau bisa juga disebabkan oleh bertambahnya uang beredar, kebijakan moneter merupakan faktor dominan dari inflasi ini. Sedangkan inflasi desakan biaya terjadi karena peningkatan biaya produksi sehingga perusahaan mengurangi produksinya, pengurangan produksi ini terjadi karena dalam kondisi biaya produksi rata-rata naik mengakibatkan turunnya keuntungan perusahaan (Mc Connel dan Brue, 1996). Besarnya tingkat inflasi menggambarkan dalam satu periode tertentu (tahunan, bulanan) secara rata-rata kenaikan harga dalam suatu perekonomian (Sukirno,2000), semakin tinggi inflasi, secara rata-rata harga barang semakin tinggi, dan kondisi seperti ini akan menurunkan kegiatan investasi. Turunnya kegiatan investasi dan kinerja perusahaan dapat mempengaruhi harga saham. investor akan selalu bertindak rasional sehingga akan memilih alternatif investasi yang mampu memberikan keuntungan yang lebih tinggi. Bukti empirik hubungan inflasi dengan nilai perusahaan ditemukan oleh Utami dan Rahayu (2003) membuktikan bahwa inflasi berpengaruh negatif terhadap harga saham, hasil temuan yang sama dilakukan oleh Adam et al. (2004) bahwa tingkat inflasi berpengaruh negative dengan *return* saham. sedangkan penelitian tentang hubungan inflasi dengan struktur

modal yang dilakukan oleh De Angelo dan Masulis (1980). Menemukan bahwa inflasi berpengaruh positif dengan utang, karena inflasi menurunkan biaya modal riil. Patesrnak dan Rosenberg (2002), Wu (2009) dan Bobkin (2009) dalam penelitianya mendukung temuan sebelelumnya yang dilakukan oleh De Angelo dan Masulis (1980).

6. Tingkat Bunga.

Dilihat dari perspektif perusahaan tingkat bunga merupakan harga yang harus dibayar untuk mrndapatkan sejumlah utang. Dengan demikian tingkat bunga sebagai ukuran biaya modal yang harus dikeluarkan untuk memperoleh dana dari para pemilik modal. Sebagaimana dijelaskan bahwa tingkat bunga merupakan komponen biaya modal bagi perusahaan, naiknyatingkat bunga merupakan tambahnya beban biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan. Akibatnya investasi menjadi tidak berkembang dan perusahaan banyak mengalami kesulitan untuk mempertahankan hidupnya, hal ini menyebabkan kinerja perusahaan menurun. Menurunnya kinerja perusahaan dapat berakibat pada penurunan harga saham. Beberapa penelitian terkait dengan tingkat bunga dilakukan oleh Kim dan Wu (1988), Damodaran (1997), menemukan bahwa tingkat suku bunga mempengaruhi keputusan pemilihan sumber dana perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Tandelilin (l997), Suryanto (1999), Sundari (2001), Gudono (2002), dan Haryanto dan Riyatno (2007) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif *return* saham dengan tingkat suku bunga. Suryanto (1998) dalam penelitiannya menemukan bahwa tingkat bunga deposito dollar AS, Singapura dan yen Jepang berpengaruh terhadap harga saham (IHSG). Demikian juga Sundari (2001) menemukan bahwa tingkat bunga berpengaruh signifikan terhadap Indeks Harga Saham sektor properti. Hal yang sama ditemukan oleh Sudjono (2002) bahwa tingkat bunga berpengaruh negatif dan terhadap harga saham.

7. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi menggarnbarkan standar materi kehidupan yang meningkat sepanjang waktu (satu tahun) bagi kehidupan orang-orang dalarn suatu negara yang berasal dari peningkatan pendapatan. Kondisi tersebut mernungkinkan masyarakat mengkonsumsi jumlah barang dan jasa yang lebih banyak dan beragam (Mankiw, 2003). Untuk mengukur pertumbuhan ekonomi, para ekonom menggunakan *gross domestic product (GDP),* indicator ini mengukur pendapatan total setiap orang dalarn perekonomian. GDP sering dianggap sebagai ukuran yang paling baik dari kinerja perekonomian. Pertumbuhan ekonomi sebagai indikator ekonomi merupakan faktor yang mempengaruhi manajemen seperti halnya faktor makroekonomi yang lain. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi juga dapat digunakan sebagai signal ada tidaknya perbaikan kinerja ekonomi yang akan dapat mempengaruhi kinerja

pasar modal. Secara logis, dapat dijelaskan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi dan investasi mempunyai hubungan positif timbal balik. Hubungan timbal balik tersebut terjadi karena disatu pihak, semakin tinggi pertumbuhan ekonomi, berarti semakin besar bagian dari pendapatan yang bisa ditabung, sehingga investasi yang tercipta akan semakin besar, pendekatan ini menempatkan investasi sebagai fungsi dari pertumbuhan ekonomi. Di lain pihak, semakin besar investasi, semakin besar pula tingkat pertumbuhan ekonomi yang bisa dicapai,

Kim dan Wu (1988), Damodaran (1997), dalam penelitianya menemukan pengaruh pertumbuhan ekonomi keputusan struktur modal. Rajan dan Zingales (1995), menemukan hal yang sama bahwa pertumbuhan ekonomi suatu negara akan berdampak pada struktur modal perusahaan. Selanjutnya, Singh dan Arora (2007) dan Strebulaev, et,al. (2008) menjelaskan bahwa kebijakan struktur modal mengikuti pola perubahan makro ekonomi, sehingga setiap perubahan kondisi ekonomi akan diikuti oleh perubahan dalam kebijakan struktur modal.

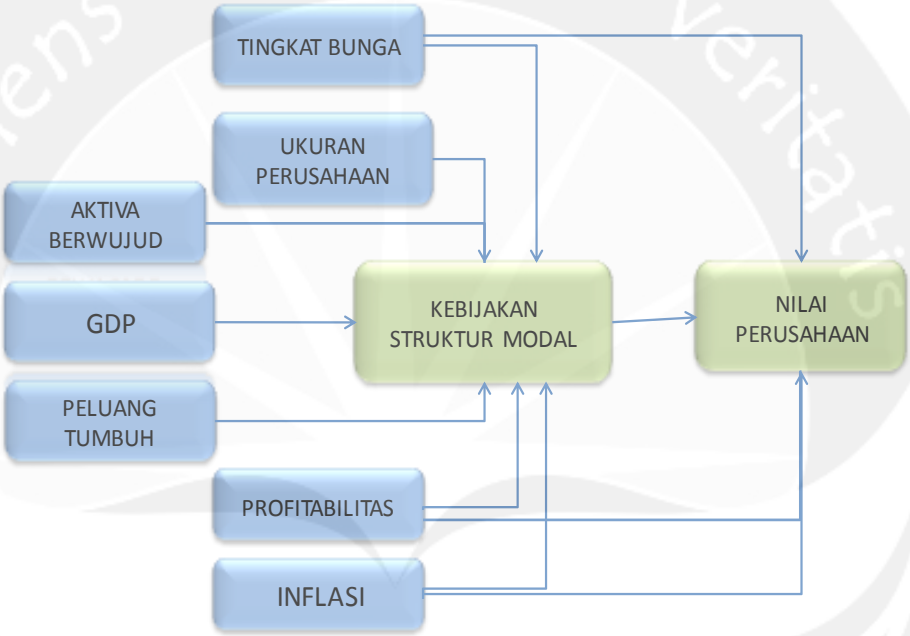
8. Nilai Perusahaan *(Firm Value)*

Sujoko dan Subiantoro (2007) mendifinisikan nilai perusahaan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumberdaya perusahaan yang dicerminkan dalam harga saham di pasar. Nilai perusahaan merupakan bukti penghargaan masyarakat atas kinerja perusahaan selama menjalankan kegitan operasinya. .Bukti penghargaan tersebut diwujudkan dengan kesediaan untuk membeli dan menghargai perusahaan berdasarkan keyakinan. Dilihat dari perspektif pemilik perusahaan nilai perusahaan merupakan ukuran meningkatnya kesejahteraan pemilik perusahaan atau meningkatnya kekayaan pemilik perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan melihat perkembangan harga saham, apabila harga saham dipasar mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan meningkat, karena nilai perusahaan pada dasarnya adalah harga pasar dari saham ditambah dengan harga pasar obligasi. Meningkatnya harga saham merupakan cerminan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan meningkat, sehingga mereka bersedia membayar dengan lebih tinggi ukuran nilai perusahaan yang sering digunakan dalam penelitian adalah Tobin's q (Al-Khouri et al,2004) nilai ini didifinisikan sebagai jumlah Nilai pasar utang dan ekuitas dibagi dengan nilai buku total aset. Nilai pasar utang relatif tidak berubah sepanjang waktu sedangkan nilai saham berfluktuatif sepanjang waktu. Lindenberg dan Ross (1981), Rene, M. (2000) merumuskan secara terperinci bahwa q merupakan nilai pasar modal sendiri (*market value of equity*) E, ditambah utang *(Debt)* D, dibagi dengan *assets* (A) atau dirumuskan sbb = (E + D)/ A.

D. Model Teoritikal

Berdasarkan pada teori, konsep atau bukti empirik terkait dengan faktor lingkungan Makroekonomi, faktor Mikroekonomi, sebagaimana dijelaskan dalam pembahasan sebelunya, berikut ini disajikan model teoritikal yang menjelaskan hubungan varibel-variabel yang diprediksi mempengaruhi struktur modal dan nilai perusahaan seperti terlihat dalam Gambar Model teoritikal sebagai berikut:

Gambar 1: Model Teoritikal



Berdasarkan pada Gambar 1 Model teoritikal terlihat bahwa konstruk kebijakan struktur modal secara langsung mempengaruhi nilai perusuhaan, pengaruh kebijakan struktur modal tersebut bisa positif atau negatif tergantung posisi struktur modal perusahaan. Pada tingkat tertentu penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan, ketika penggunaan utang telah melewati batas optimal penggunaan utang dapat menurunkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan juga dipengaruhi langsung oleh faktor makroekonomi yang dalam model ini di ukur dengan Tingkat bunga dan inflasi. tingkat bunga diprediksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena meningkatnya tingkat bunga akan mendorong investor meningkatkan

tingkat keuntungan yang disyaratkan sehingga mendorong turunya harga saham. Pengaruh inflasi terhadap nilai perusahaan diprediksi negatif, karena inflasi cenderung menurunkan aktifitas investasi yang berpotensi menurunkan harga saham. Variabel lain yang diprediksi mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas, variabel ini diprediksi berpengaruh positif karena profitabilitas merupakan ukuran efisiensi kinerja perusahaan.

Faktor-faktor yang diprediksi menentukan kebijakan struktur modal adalah Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Aktiva berwujud, Peluang tumbuh, Inflasi, Tingkat bunga dan Pertumbuhan ekonomi. Faktor yang diprediksi berpengaruh positif terhadap struktur modal adalah Ukuran perusahaan, Aktiva berwujud, Pertumbuhan ekonomi dan Inflasi. sedangkan variabel yang diprediksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan adalah Profitabilitas, Peluang tumbuh dan Tingkat bunga.

Model teoritikal ini merupakan agenda penelitian yang akan dikembangkan dalam model empirik.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, Greg., McQueen, Grant and Wood, Robert., 2004, "The Effect of Inflation News On High Frequency Stock Return", ***The Journal of Business**, jul 2004, hal. 547-574*

Adam, T.R. and VK.Goyal, 2008. "The Investment Opportunity Set and Its Proxy Variables," ***Journal of Financial Research*** **31,41-63.**

Bathala, CT., Moon, KP.,Rao, RP.1994. "Managerial Ownership, Debt Policy, and The Impact of Institutional Holding": An Agency Perspective, ***Financial Management, Vol 23, No. 3. P. 38-50.***

Brigham, Eugene F. and Louis C. Gapenski, Daves PR.1999. ***Intermediate Financial Management*** The Dryden Press New York.

Brigham, Eugene F, and Michael C. Ehrhardt, 2005.***Financial Management: Theory and Practice***, Eleventh Edition, South-Western, Australia: Thomson Learning.

Chen, L.and X. Zhao, 2005. "***Profitability, Mean Reversion of Leverage Ratios and Capital Structure Choices***," Michigan State University and Kent State University,Working Paper. Available at: http://ssm.com/abstract-614082.

Coles, J.L., N.D. Daniel, and L. Naveen, 2006, "Executive Compensation and Managerial Risk-Taking*,"****Journal of Financial Economics79, 431-468.***

Datta, Debabrata and Babita Agarwal, 2009. " Determinants of Capital Structure of Indian Corporate Sector in the Period of Bull Run 2003-2007- an Econometric Study, *JEL clasification :* ***G 32, Social Sceice Research Network*****.**

DeAngelo, H.and R. Masulis,1980. "Optimal Capital Structure under Corporate and Personal Taxation," ***Journal of Financial Economics*** **8, 3-29.**

Dodd. J.1, and S, Chen 1996. "EVA : A New Panacea?", ***Business and Economic*** **Review, July - September.**

De Jong, Abe, Rezaul Kabir and Thuy Thu Nguyen, 2005, Capital Structure around the World: The Roles of Firm- and Country-specific Determinants, ***Journal of Banking and Finance 32, 1954-1969.***

Drobetz, W. and R. Fix. (2003), "***What are the Determinants of the Capital Structure? Some Evidence for Switzerland***," University of Basel. WWZ/ Department of Finance, Working Paper No. 4/03.

Eccles, R.G, 1991. "The Performance Measurement Manitesto".,***Harvard Business Review,*** **January-February, pp, 131-137.**

Eisenhardt, Katleen and Martin, 2000, " Dynamic Capabilities: what are they" ***Strategic management journal, 1105-1121.***

Fama, E.and K.R.French.2002."Testing Trade-Off and Pecking Order Predictions about Dividends and debt" ***Review of Financial Studies*** **15, 1-33.**

Faulkender.M. and M.A. Petersen, 2006, "Does the Source of Capital Affect Capital Structure?" ***Reviev, of Financial Studies*** **19, 45-79**

Frank, Murray Z, and Vidhan K. Goyal, 2003. ***Capital Structure Decisions***, Working paper, Faculty of Commerce, University of British Columbia, and Department of Finance, Hong Kong University of Science and Technology,155

Flannery. M. and K.Rangan. 2006. "Partial Adjustment towards Target Capital Structures." ***Journal of Financial Economics 79,469-506.***

Frank, Murray Z, and Vidhan K. Goyal, 2003.***Capital Structure Decisions,*** Working paper, Faculty of Commerce, University of British Columbia, and Department of Finance, *Hong Kong University of Science and Technology,155.*

Frank. M.Z. and VK. Goyal, 2004. "The Effect of Market Conditions on Capital Structure Adjustment," ***Finance Research Letters*** **1,47-55.**

Frank MZ and Vidham K. Goyal, 2008. "Profit and Capital Structure", ***JEL clasification :G32, Social Science Research Net Work.***

Frank and Vidham K. Goyal, 2009. " Capital Structure Decisions : Which Factors Are Reliably Important***," Social Science Research Net work.***

Friend, I. and Lang, L. 1988. 'An empirical test of the impact of managerial self-interest on corporate capital structure', ***Journal of Finance,*** **43(2), pp. 271–281.**

Gaver, JJ dan Keneth M Gaver, 1993. "Additional Evidence on The Association Between The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend and Compensation Policies***, Journal of Accounting and economics, Vol. 1, p.233-265.***

Gertler. M. and S. Gilchrist, 1993. "The Role of Credit Market Imperfections in the Monetary Transmission Mechanism: Arguments and Evidence," ***Scandinavian Journal of Economics 95, 43-63.***

Graham. J.R,1996 ."Proxies for the Corporate Marginal Tax Rate," *Journal of Financial Economics 42, 187-221.*

Gitman, Lawrence J., 1994. Principles of Managerial Finance, Seventh Edition, New York: *Harper Collins College Publishers.*

Ghozali & Irwansyah, 2002.Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Alatukur EVA, MVA dan ROA Terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur di BEJ.***Jurnal Penelitian Akuntansi-Bisnis dan Manajemen, Vol* 9. No 1, April; halaman 18 - 33**

Graham, J.R. and C. Harvey,2001."The Theory and Practice of Corporate Finance: Evidence from the Field," ***Journal ofFinanciai Economics* 60.187-243.**

Gudono, 1999, Peneliaian Pasar Modal Terhadap Fluktuasi Bisnis Real-Estate, ***Kelola, No 20/VIII/1999***

Harris,M. and A.Raviv, 1991."The Theory of Capital Structure," ***Journal of Finance 46.297-356.***

Hennessy, CA and T.A. Whited, 2005. "Debt Dynamics," ***Journal of Finance 60,***

Homaifar,G.J. Ziest, and O. Benkato, 1994. An Empical Model of Capital Structure: Some new Evidence, ***Journal of Business Finance and Accountirrg,* January 21, p. 1-14.**

Huson Joher Ali Ahmed and Nazrul Hisham, 2009. ” Revisiting Capital Structure Theory : A Test of Pecking order and Static order Trade-of Model from Malysian Capital Market,” ***International Research Journal of Financial and Economics, ISSN 1450-2887 Issue 30.***

Hovakimian A, Opler T, Titman, S. 2001.The debt equity choice. ***Journal of Finance 36:1–24***

Jensen, G, D. Solberg and T. Zorn, 1992.Simultaneous Determination of Insider Ownership, Debt, and Dividend Policies, ***Journal of Financial and Quantitative Analysis,* Vo127, p.247-263.**

Jensen, M, and W. Meckling, 1976. Theory of the Firm: Managerial Behevior, Agency Costs and Ownership Structure, ***Journal of Financial Economics.***

Jones and Sharma, The AssociationBetween the Investment opportunity set and Corporate Financing and Divident Decision: some Autralian Evidence, ***Manajerial Finance; 2001,3; ABI/INFORM research***

Joseph E. Stiglitz” A Re-Examination of the Modigliani-Miller Theorem” ***The American Economic Review, Vol. 59, No. 5. (Dec., 1969), pp. 784-793.***

de Jong, Abe, Rezaul Kabir and Thuy Thu Nguyen, 2008, Capital Structure around the World: The Roles of Firm- and Country-specific Determinants, ***Journal of Banking and Finance 32, 1954-1969.***

Jung K, Kim YC, Stulz RM, 1996. Timing, investment opportunities, managerial discretion, and the security issue decision. ***Journal Financ Econ 42:159–185.***

Kallapur,S.,and Trombley, M.A. 1999. “The association between investment opportunity set proxies and realized growth***” Journal of Business finance and Accounting, April-May, (3) dan (4): 505-519.***

Kesuma, 2009, Analisis faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Realestate di Bursa Efek Indonesia, ***Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.Vol.11,No.1 Maret 2009: 38-45***

Liu, Yuanxin, Jing Ren and Yan Zhuang, 2009. ” An Empirical

Analysis on the Capital Structure of Chinese Listed IT Companies," ***International Journale of Business and Management, Vol 4, No 8, August.***

Mahoney,T.A,T.H. Jerdee and S.J Caroll.1963.*Development of managerial Performance: A Research Approach,**Southwestern Publishing Co.Cincinnati, OH.***

Mehran, H, 1992. "Executive Incentive Plans, Corporate Control, and Capital Structure, "***Journal of Financial and Quantitative Analysis,* 27, h. 539-560.**

Modigliani, Franco and Miller, Merton H,1958, The Cot of Capital, Corporate Finanace, and the theory of Invement, ***The American Economic Review, 48/3, 261-297***

Modigliani, Franco and Miller, Merton H, 1963, The Cost of capital, corporate Income taxes and the cost of capital : A correction, ***the American Econemic Review,53/3, 433-443***

Myers, S.1977. "Determinants of CorporateBorrowing" ***Journal of Financial Economics. 5, 147-175.***

Myers S. and N. Majluf, 1984. "Corporate Financing and Investment Decition when firms have Information Investors do not have," ***Journal offinancial Economics,* 13, p. 187-221.**

Mulianti, Fitri Mega, 2010**, "*Faktor-faktor yang mempengaruhi keijakan hutang dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan",*** Tesis Magister Manajemen Undip 2010.

Nigel Driffeld, Vidya Mahambare and Sarmissta Pal,2007. " How does ownership Structure affect capital Structure and firm value?", ***Economics of Transitian, Volume 15(3) 2007, 535-573.***

Noer Sasongko dan Nila Wulandari,2006. Pengaruh rasio-rasio profitabilitas terhadap harga saham, ***Empirika, Vol 19 N0:1, juni.***

Nopirin, 2000, ***"Ekonomi Moneter"*,** Edisi Pertama, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta

Pfeffer, J., dan Salancik, G. 1978," ***The external control of organizations: A resource dependence perspective***", New York, Harper & Row.

Rajan, R. and L.Zingales,1995. ″What Do We Know about Capital Structure ? Some Evidence from International Data,″ ***Journal of Finance. 50, 1421-1460.***

Rahul Kochhar,2003." Strategic assets, Capital structure, and Firm performance,*"* ***Journal of financial and strategic* decision volume 10 Number 3.**

Rataporn Deesomsak, Krisnha Paudyal, Gioia Pesceeto, 2004. "The determinants of Capital Structure : Evidence from the Asia Pacific region", ***Journal Multinational management,* 14 (2004)387-405**

Rozeff, M. S. (1982), "Growth, Beta, and Agency Costs as Determinants of Dividend Payout Ratios". ***Journal of Financial Research,*** Vol. 5: pp. 249-259.

Sadono, Sukirno, 2000, ***Makro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran dari Klasik hingga Keynesian baru***, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Sartono, A.R,.dan Kusdhianto S, 1999. Adakah pengruh Eva Terhadap Nilai Perusahaan dan Kemakmuran Pemegang Saham pada Perusahaan

Publik?",***Jurnal Ekonom da Bisnis,*** 1999 Vol. 14, No. 4, h. 124 - 136.

Scott, R W, 1981 " ***Organizations: Rational, Natural, and open System***" Englewood Cliffts, NJ Prentice Hall inc.

Shervani and Tassaduq, 1998 " Market-based assets and share holder value, Frame work for analysis" ***Journal of marketing 2-18.***

Shleifer A, Vishny RW. 1986. Large shareholders and corporate control. ***Journal Polit Econ 94:461–488.***

Shumi Akhtar, 2005." The determinants of Capital Structure for Austrlian Multinatinal and Domistic Corporations", ***Australian Journal of Management, Vol 30, no 2 December.***

Shumi Akhtar and Barry Oliver, 2007." The determinants of Capital Structure for Japanese Multinational and domistic corporation, ***JEL clasification : G 15, G32, Social Science Research Net work.***

Shyam-Sunder, L., and S. C. Myers, 1999, Testing static trade-off against pecking order models of capital structure, ***Journal of Financial Economics 51, 219-244***

Stiglitz, J.E. and Weiss, A. (1981) Credit Rationing in Markets with Imperfect

Information, ***American Economic Review, 71, 393-410.***

Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. "Pengaruh Struktur Kepemilikan, Leverage, Faktor Intern, dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan", ***Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan****. Vol. 9. No. 1. Maret, pp. 41-48*

Teguh Prasetyo, 2000.Analisa Rasio Keuangan dan Nilai Kapitalisasi Pasar Sebagai Prediksi HargaSaham di BEJ pada Periode *Bullis* dan *Bearish, **Simposium.***

Thompson, A.A. Jr., Strickland, A.J. III. dan Gamble, J.E. 2005. "***Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage***". 14th ed. Boston: McGraw Hill Irwin.

Titman, Sheridan, Roberto Wessels, March 1998. The Determinants of Capital Structure Choice. ***The Journal of Finance: Vol XLIII, No.1 1-19.***

Utami, M., dan Rahayu, M., 2003, "Peranan Profitability, Suku Bunga, Inflasi dan Nilai Tukar dalam Mempengaruhi Pasar Modal Indonesia Selama Krisis Ekonomi", ***Jurnal Ekonomi dan Manajemen***, *Vol. 5, No. 2*

Opler, Tim C, and Sheridan Titman, 1994. "Financial Distress and Corporate Performance*",* ***Journal of Finance, 49, 1015–1040.***

Özgür Arslan and Mehmet Baha Karan, 2007." Does Free Cash floow Anomaly Exist in an Emerging Market ? Evidence from the Istambul Stock Exchange," ***International Research Journal of Finance and Economics,ISSN 1450-2887 Issue 11.***

Wolfgang Drobetz, Pascal Pensa and Gabrielle Wanzenried,2007."Firm Characteristic, Economic Conditions and Capital Structure Adjustments," ***JEL classification G32, C61, C23.***

ANALYSIS ON TAXATION ASPECTS IN PUBLIC SERVICE AGENCIES

Siti Resmi[1)]
E-mail : sitiresmiamp@yahoo.com
[1)]Lecturer in STIM YKPN

ABSTRACT

As far as early November 2012, there were 143 Public Service Agencies in various types of service, i.e. health (hospitals), education (universities), research and examination institutions, fund managements, and finance managements (roll over funds for micro-small-medium business, loans, and housing savings). That number would increase in line with the Government's support for the establishment of Public Service Agencies as an effort to advance services to the society. The Public Service Agency would earn its income and spend its funds either for the purposes of investment need or routine finance.

Public Service Agencies was not a profit oriented organization but it run its activities flexibly in accordance with efficiency and productivity by implementing a healthy business practice. In line with the valid rules of taxation in Indonesia, over every matters (in the form of goods, services, activities, events) may be subject of tax. Thus, Public Service Agency could be subjected of tax based on the activities that it does. There are several types of taxes, i.e. the income tax, value added tax, sales tax on luxury goods, land and building tax, and others.

This article discussed the various aspects of taxation that exist in the public service Agencies. In fact, not all public service institutions have the same service types. That's why not all aspects of taxation were found in every public service institutions. As a public service institution, which claimed to be efficient and productive, it should have owned good and integrated systems. It would have an impact on the amount of the tax increase and its tax administration could be integrated.

Keywords: *public service institution, tax*

ABSTRAK

Sampai dengan awal November 2012 terdapat 143 Badan layanan umum (BLU) dengan berbagai tipe layanan yaitu kesehatan (rumah sakit), pendidikan (perguruan tinggi), lembaga penelitian dan pengujian, pengelolaan dana, dan pengelolaan keuangan (dana bergulir UMKM, pinjaman, dan tabungan perumahan). Jumlah tersebut akan bertambah sejalan dengan dukungan pemerintah atas pembentukan BLU sebagai upaya pemerintah untuk meningkatkan layanan kepada masyarakat BLU memperoleh penghasilan dan membelanjakan dananya baik untuk keperluan investasi maupun keperluan pembiayaan rutin.

BLU bukan merupakan organisasi profit tetapi menjalankan kegiatan secara fleksibel berdasarkan efisiensi dan produktivitas dengan menerapkan praktek binis yang sehat. Sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia, atas segala sesuatu (berupa barang, jasa, kegiatan, peristiwa) dapat dikenakan pajak.

Dengan demikian BLU dapat dikenakan pajak berdasar pada kegiatan yang dilakukannya. Terdapat beberapa jenis pajak yaitu pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, pajak penjualan atas barang mewah, pajak bumi dan bangunan, dan lain-lain.

Artikel ini membahas tentang berbagai aspek perpajakan yang ada pada badan layanan umum. Tidak semua BLU mempunyai tipe layanan sama, maka tidak semua aspek perpajakan dijumpai pada setiap BLU. Sebagai BLU, yang dituntut untuk efisien dan produktif seharusnya mempunyai sistem yang sudah baik dan terintegrasi. Hal ini akan berdampak pada jumlah pajak meningkat dan administrasinya dapat terintegrasi.

Kata kunci : badan layanan umum, pajak,

PENDAHULUAN

Sejak diundangkannya Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2005, banyaklah bermunculan instansi pemerintah yang berubah bentuk menjadi Badan Layanan Umum (BLU). Jumlah BLU menurut Direktorat Pembinaan Pengelolaan Keuangan Badan layanan Umum Perbendaharaan Kementerian Keuangan RI pada awal November 2012 mencapai 143 terdiri atas 41 BLU rumah sakit, 3 BLU pengelola kawasan, 7 BLU pengelola dana, 73 BLU pendidikan pelatihan, 8 BLU medis lannya, dan 11 BLU barang dan jasa lainnya. Jumlah tersebut tidak termasuk BLU yang ada di wilayah kabupaten/kota yang dinamakan badan layanan umum daerah (BLUD). Hampir seluruh rumah sakit umum daerah berubah status menjadi BLUD termasuk puskesmas yang ada di wilayah kecamatan.

Jumlah tersebut semakin meningkat seiring dengan dukungan pemerintah dalam bentuk memberi kesempatan secara khusus kepada satuan kerja pemerintah yang melaksanakan tugas operasional pelayanan publik seperti layanan kesehatan, pendidikan, pengelolaan kawasan, dan pengelolaan dana. dalam rangka meningkatkan efisiensi dan produktivitas instansi pemerintah

Terbentuknya BLU diharapkan tidak sekedar sebagai format baru dalam pengelolaan APBN/APBD tetapi BLU diharapkan sebagai wadah dalam pembaharuan manajemen keuangan sektor publik untuk meningkatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat. Untuk itu BLU diberi fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan terkait dengan pengelolaan pendapatan dan belanja, aktiva, utang, dan hal lain yang menunjang peningkatan kinerja BLU seperti remunerasi dan perekrutan pegawan PNS dan non PNS. Sebagai pengimbang terhadap fleksibilitas tersebut, BLU dikendalikan secara ketat dalam perencanaan dan penganggaran serta pertanggungjawabannya.

BLU diberi kebebasan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya dalam mengoptimalkan pendapatan yang berasal dari layanan umum tetapi tetap pada prinsip bahwa BLU

tidak bertujuan mencari keuntungan. BLU memperoleh pendapatan dari alokasi APBN/APBD, hasil layanan umum, hasil kerja sama dengan pihak lain, hasil usaha lainnya, dan hibah terikat yang semuanya dilaporkan sebagai pendapatan/penerimaan pemerintah melalui instansi induknya.

Pemerintah mempunyai dua peran pokok yaitu mengumpulkan sumber daya dan mengalokasikannya lagi kepada masyarakat. Selain berperan sebagai fungsi alokasi, BLU juga bisa dilihat dari sisi perpajakannya. Kalau kita telaah kembali pos-pos dalam *I-Account* sesuai dengan PMK No. 91/PMK.06/2007 tentang Bagan Akun Standar, pendapatan negara berasal dari penerimaan pajak, penerimaan negara bukan pajak dan hibah. Jadi jelaslah bahwa negara sangat mengandalkan penerimaan dari sektor pajak (Zahid, 2012).

Aspek perpajakan yang timbul pada kegiatan instansi pemerintah dimungkinkan berbeda dengan aspek perpajakan pada BLU sehubungan dengan perbedaan pengelolaan keuangan. BLU menerima pendapatan di luar APBN/APBD dan melakukan penyerahan barang/jasa kena pajak. Dengan demikian BLU tidak hanya sebaga pemotong/pemungut pajak juga sebagai subjek pajak dan pengusaha kena pajak.

Norpratiwi (2012) menyatakan bahwa rumah sakit BLU berpotensi memiliki kewajiban memungut PPN dan dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak (PKP). Zahid (2012) menyatakan bahwa berkaitan dengan PP No. 23 tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan BLU, apabila suatu badan pemerintah sudah mendapat penetapan sebagai BLU, karena seluruh penerimaan dan pembelanjaan masuk APBN/APD, maka BLU tersebut bukan merupakan subyek pajak sehingga tidak memiliki kewajiban membayar PPh Badan (pasal 25 dan PPh 29). Namun demikian BLU tetap memiiliki kewajiban sebagai pemungut pajak PPh pasal 21, 23, 26, dan pasal 4 ayat (2) berkaitan dengan aktivitas pembayaran gaji, honor, jasa, sewa, dll kepada karyawan dan pihak ketiga. Berkaitan dengan transaksi penyerahan obat kepada pasien, BLU juga berpotensi memiliki kewajiban memungut PPN (pajak pertambahan nilai) dan dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak.

Penerimaan BLU baik dari APBN/APBD maupun non APBN/APBD dikategorikan sebagai penerimaan Negara bukan pajak (PNBP) sementara pajak merupakan penerimaan negara dari sektor pajak. Tanpa membedakan kelompok penerimaan dalam APBN/APBD, penndapatan BLU merupakan penerimaan Negara. Artikel ini selanjutnya menganalisis pajak apa saja yang dipotong/dipungut oleh BLU dan yang menjadi kewajiban BLU sendiri.

BADAN LAYANAN UMUM

Badan layanan umum (BLU) merupakan instansi di lingkungan pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan

kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktivitas.

Pembentukan BLU bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa dengan memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip ekonomi dan produktivitas, dan penerapan praktek bisnis sehat (Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2005). Praktik sehat yang dimaksud adalah menjalankan kegiatan berdasarkan kaidah manajemen yang baik mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, dan pertanggungjawaban.

Untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, instansi pemerintah yang melaksanakan tugas operasional pelayanan publik perlu diberikan kesempatan khusus untuk mengelola sumber daya yang menjadi tanggungjawabnya. Hal ini dimaksudkan pula untuk membedakan instansi atau satuan kerja tersebut dari fungsi pemerintah sebagai regulator. Dengan pengelolaan ala bisnis *(business like)*, pembentukan instansi tertentu sebagai BLU diharapkan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan.

Pola pengelolaan keuangan BLU memberikan fleksibilitas dalam rangka pelaksanaan anggaran termasuk pengelolaan pendapatan dan belanja, pengelolaan kas, pengelolaan piutang dan utang, pengelolaan investasi, akuntansi, remunerasi, surplus/defisit, status kepegawaian (PNS dan non PNS). Sebagai pengimbang atas fleksibilitas tersebut, BLU dikendalikan secara ketat dalam perencanaan dan penganggaran serta dalam pertanggungjawabannya. BLU dapat dikatakan sebagai agen dari instansi induk terkait. Dalam Pasal 3 PP No. 23 Tahun 2003 dinyatakan bahwa asas BLU meliputi:

1. BLU beroperasi sebagai unit kerja kementerian negara/lembaga/ pemerintah daerah (sebagai instansi induk) untuk memberikan layanan umum yang pengelolaannya berdasar kewenangan yang didelegasikan oleh instansi induk yang bersangkutan;
2. Status hukum BLU tidak terpisah dari instansi induknya;
3. Instansi induk bertanggungjawab atas pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan pelayanan umum yang didelegasikannya kepada BLU dari segi manfaat layanan yang dihasilkan;
4. Pejabat pengelola BLU bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan pemberian layanan umum yang didelegasikan kepadanya;
5. BLU menyelenggarakan kegiatan tanpa mengutamakan pencarian keuntungan;
6. Rencana kerja dan anggaran serta laporan keuangan BLU disusun dan disajikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari induknya;
7. BLU mengelola penyelenggaraan layanan umum sejalan dengan praktik bisnis yang sehat.

Suatu satuan kerja pemerintah diijinkan mengelola keuangan dengan pola pengelolaan keuangan BLU apabila memenuhi syarat persyaratan substantif, persyaratan teknis dan persyaratan administratif. Persyaratan substantif terpenuhi

apabila instansi pemerintah menyelenggarakan layanan umum yang berhubungan dengan penyediaan barang dan jasa layanan umum, pengelolaan wilayah, pengelolaan dana khusus. Persyaratan teknis terpenuhi apabila kinerja pelayanan di bidang tugas pokok dan fungsinya akan meningkat melalui BLU, kinerja keuangan satuan kerja instansi yang bersangkutan adalah sehat. Persyaratan administratif terpenuhi apabila instansi pemerintah tersebut dapat menyajikan seluruh dokumen berupa pernyataan kesanggupan meningkatkan kinerja pelayanan, keuangan, dan manfaat bagi masyarakat; pola tata kelola; rencana strategis bisnis; laporan keuangan pokok; standar pelayanan minimum; laporan audit dan pernyataan bersedia diaudit oleh auditor eksternal.

BLU dibentuk untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Kekayaan BLU merupakan kekayaan negara/daerah yang tidak dipisahkan serta dikelola dan dimanfaatkan sepenuhnya untuk menyelenggarakan kegiatan BLU. Pembinaan BLU Pemerintah Pusat dilakukan oleh Menkeu, sedangkan pembinaan teknis dilakukan oleh Menteri yang bersangkutan.

Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) serta laporan keuangan & kinerja BLU disusun dan disajikan sebagai bagian yg tidak terpisahkan dari RKA serta laporan keu & kinerja Kementerian Negara/Lembaga/Pemda. Pendapatan dan Belanja BLU dalam RKA tahunan dikonsolidasikan dalam RKA Kementerian Negara/Lembaga/Pemda. Pendapatan BLU sehubungan dengan layanan yg diberikan merupakan pendapatan negara/daerah. Pendapatan dimaksud dapat digunakan untuk membiayai belanja BLU yang bersangkutan.

Pendapatan BLU dari hibah terikat diperuntukkan sesuai persyaratan pemberi hibah. Pendapatan yang dapat dikelola langsung sesuai RAB, yaitu hasil layanan BLU, hasil kerja sama dengan pihak lain, hasil usaha lainnya, dan alokasi APBN.

Pengelolaan BLU dikelompokkan menjadi sebagai berikut:

1. BLU layanan rumah sakit. Contoh: RS Cipto Mnagunkusumo Jakarta, RS Fatmawati Jakarta, RS Anak Bersalin Harapan Kita, dan lain-lain.
2. BLU layanan pendidikan dan pelatihan. Contoh: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Sekolah Tinggi Akuntansi Negara, Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja Dalam Negeri Bandung, Universitas Negeri Surabaya, dan lain-lain.
3. BLU layanan barang dan/jasa lainnya. Contoh: Balai Riset dan Standardisasi Industri Bandar Lampung, Balai Besar Industri Agro, Lembaga Layanan Pemasaran-KUKM Jakarta, dan lain-lain.
4. BLU layanan medis lainnya. Contoh: Balai Besar Laboratorium Kesehatan Palembang, Balai Besar Laboratorium Kesehatan Palembang, alai Kesehatan Mata Masyarakat Makassar, dan lain-lain.
5. BLU pengelola dana. Contoh: Pusat Investasi Pemerintah, Lembaga Pengelola Dana Bergulir Jakarta, Pusat Pembiayaan Pembangunan

Hutan, Pusat Pembiayaan Perumahan, dan lain-lain.
6. BLU pengelola kawasan. Contoh: Pusat Pengelolaan Komplek Kemayoran (PPKK) Jakarta, Pusat Pengelolaan Kompleks Gelora Bung Karno, Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam, dan lain-lain.

PAJAK DI INDONESIA

Di Indonesia terdapat berbagai macam pajak. Pajak dapat dikelompokkan berdasar lembaga pemungutnya dan berdasar jenisnya. Berdasar lembaga pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi pajak pusat dan pajak daerah. Pajak daerah merupakan pajak-pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Contoh pajak daerah adalah pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak rokok, pajak air permukaan tanah, pajak hotel, pajak restoran, dan lain-lain. Dengan berlakunya UU No. 20 Tahun 2009, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) yang semula merupakan pajak pusat dialihkan menjadi pajak daerah. Sesuai Undang-Undang tersebut pemerintah kabupaten/kota harus memungut PBB per 1 Januari 2014 sementara BPHTB per 1 Januari 2011. Jenis dan ketentuan pemungutan pajak daerah diatur dalam peraturan daerah masing-masing kabupaten/kota.
Pajak pusat (pajak Negara) merupakan pajak-pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat. Pajak pusat terdiri atas pajak penghasilan (PPh), pajak pertambahan nilai (PPN), dan pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM).

Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan (PPh) merupakan pajak yang dikenakan atas penghasilan. Menurut UU No. 36 tahun 2008, penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang setiap tambahan kemampuan konomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apa pun. Penghasilan dikelompokkan menjadi:
1. penghasilan sehubungan dengan kerja dan pekerjaan bebas seperti gaji, upah, honorarium, dan lain-lain;
2. penghasilan dari usaha dan kegiatan seperti laba usaha;
3. penghasilan dari modal seperti bunga, sewa, dividen, keuntungan penjualan harta, dan lain-lain;
4. penghasilan lain seperti pembebasan utang dan hadiah.

PPh dikenakan kepada setiap subjek pajak yang menerima penghasilan dan telah memenuhi syarat diwajibkan membayar pajak. Subjek pajak meliputi orang pribadi dalam negeri maupun luar negeri dan badan yang didirikan di Indonesia sebagai subjek pajak dalam negeri maupun luar negeri dalam bentuk usaha tetap. Suatu badan dikatakan bukan subjek pajak dalam negeri apabila

merupakan unit tertentu dari badan pemerintah yang memenuhi kriteria sebagai berikut (Pasal 2 ayat (3) huruf b UU No. 36 Tahun 2008):

1. pembentukannya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
2. pembiayaannya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
3. penerimaannya dimasukkan dalam anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah;
4. pembukuannya diperiksa oleh aparat pengawasan fungsional Negara.

Pengecualian subjek pajak penghasilan untuk kantor perwakilan Negara asing beserta pejabat terkait dan organisasi internasional beserta pejabat terkait diatur lebih rinci dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 15/PMK.03/2010.

Besarnya pajak yang dipotong/dipungut, dibayar, dan dilaporkan dipengaruhi oleh jenis dan penerima penghasilan. Orang pribadi atau badan bisa sebagai wajib pajak atas penghasilan sendiri dan/atau sebagai pemotong/pemungut penghasilan yang diterimakan kepada pihak lain.

Orang pribadi atau badan sebagai wajib pajak atas penghasilan sendiri mempunyai kewajiban menghitung, menyetor, dan melaporkan PPh atas penghasilan sendiri. Pembayaran pajak ini dilakukan melalui angsuran bulanan yang dinamakan PPh Pasal 25. Pada akhir tahun wajib pajak berkewajiban menghitung kembali besarnya penghasilan yang diterima beserta pajak yang telah dibayarkan untuk menentukan kurang atau lebih bayar pada akhir tahun. Kekurangan bayar pada akhir tahun tersebut dinamakan dinamakan PPh Pasal 29.

Orang pribadi atau badan sebagai wajib pajak atau bukan wajib pajak mempunyai kewajiban untuk menghitung, memotong/memungut, menyetor, dan melaporkan pajak-pajak atas penghasilan yang diterimakan pada pihak lain. Kewajiban perpajakan ini dikelompokkan dalam PPh Pasal 21, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23, dan PPh Pasal 4 ayat (2).

Pajak Penghasilan Pasal 21

PPh Pasal 21 merupakan pajak atas penghasilan sehubungan dengan pekerjaan, jasa, dan kegiatan yang diterima oleh orang pribadi dalam negeri. Penghasilan yang dimaksud berupa gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain dengan nama dan dalam bentuk apapun. Penghitungan PPh Pasal 21 sangat bervariasi tergantung pada jenis penghasilan dan kelompok penerimanya. Tata cara penyetoran, pemotongan, pembayaran, dan pelaporan PPh Pasal 21 diatur dalam Peraturan Dirjen Pajak PER-31/Pj/2009 dan PER-57/Pj/2009.

PPh Pasal 21 dihitung, dipotong, disetor, dan dilaporkan oleh pihak yang membayarkan penghasilan. Penghitungan PPh Pasal 21 dibedakan menjadi penghitungan PPh Pasal 21 atas penghasilan teratur yang diterima oleh pegawai tetap (gaji, tunjangan, honorarium lain yang diterima pegawai tetap PNS atau non PNS secara teratur); PPh Pasal 21 atas penghasilan yang diterima pegawai tetap secara tidak

teratur, PPh Pasal 21 atas penghasilan yang berasal dari dana APBN/APBD; PPh Pasal 21 khusus untuk tenaga ahli (dokter, akuntan, arsitek, dan lain-lain); honorarium yang diterima oleh pegawai harian lepas; dan lain-lain.

PPh Pasal 21 dipotong oleh pihak yang memberikan penghasilan pada saat penghasilan tersebut dibayarkan. Penerima penghasilan pegawai tetap PNS atau non PNS yang menerima penghasilan teratur akan dibuatkan bukti pemotongan pajak setiap tahun takwim. Penerima penghasilan selain pegawai tetap dibuatkan bukti pemotongan pajak setiap menerima penghasilan. Pemotong pajak akan menyetor dan melaporkan seluruh pajak yang telah dipotong selama satu bulan pada bulan berikutnya sesuai ketentuan yang berlaku.

Pajak Penghasilan Pasal 22

PPh Pasal 22 merupakan pajak atas impor barang; pengadaan barang oleh instansi atau lembaga pemerintah dan lembaga Negara lainnya; penjualan hasil induatri oleh industri tertentu; dan lain-lain.

PPh Pasal 22 atas pengadaan barang oleh instansi pemerintah dan lembaga Negara lainnya dihitung, dipungut, disetor, dan dilaporkan oleh pemungut pajak yang dalam hal ini adalah bendahara pemerintah maupun kuasa pengguna anggaran (KPA).

Setiap pembayaran atas pengadaan barang oleh bendaharawan pemerintah dan lembaga Negara lainnya dikenakan PPh Pasal 22 kecuali pembelian barang dengan jumlah kurang atau sama dengan Rp2.000.000; pembayaran untuk pembelian bahan bakar minyak, listrik, gas, pelumas, air minum, benda-benda pos; dan lain-lain. Pemungutan PPh Pasal 22 atas pembelian barang dilakukan oleh pemungut pajak pada saat pembayaran. Jumlah pajak yang dipungut akan disetorkan dan dilaporkan sesuai ketentuan yang berlaku.

Pajak Penghasilan Pasal 23

PPh Pasal 23 merupakan pajak atas penghasilan yang berasal dari penyertaan modal yang dilakukan oleh orang pribadi maupun badan. PPh Pasal 23 juga dikenakan atas penghasilan yang berasal dari penyerahan jasa dan penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan oleh badan. Penghasilan yang dipotong PPh Pasal 23 terdiri atas bunga, sewa, dividen, royalti, hadiah penghargaan, dan imbalan sehubungan dengan jasa teknik, jasa manajemen, jasa konsltan dan lain-lain.

PPh Pasal 23 dipotong oleh pihak yang memberikan penghasilan meliputi badan pemerintah, subjek pajak badan dalam negeri, penyelenggara kegiatan, dan lain-lain yang selanjutnya disebut pemotong pajak. Pemotong pajak mempunyai kewajiban menghitung, memotong, menyetor, dan melaporkan PPh Pasal 23 tersebut sesuai ketentuan yang berlaku. Pemotong PPh Pasal 23 berkewajiban memberikan bukti pemotongan pajak kepada orang pribadi atau badan yang dibebani pajak yang dipotong.

Pajak Penghasilan Pasal 4 Ayat (2)

PPh Pasal 4 ayat (2) merupakan pajak atas penghasilan tertentu

seperti bunga deposito/tabungan dan diskonto SBI/SBN, penghasilan pengalihan hak atas tanah dan/bangunan, sewa tanah dan/atau bangunan, hadiah undian, dan lain-lain. Penerima penghasilan tersebut berkewajiban untuk membayar pajak baik melalui pemotongan oleh pemberi penghasilan maupun dibayarkan sendiri. Pemungutan PPh Pasal 4 ayat (2) bersifat final artinya tidak diperhitungkan dalam pelaporan pajak tahunan.

Dalam hal pemberi penghasilan bukan sebagai pemotong pajak, penerima penghasilan (penyedia jasa) berkewajiban menyetor pajak sendiri. Sebaliknya pemberi penghasilan yang memotong pajak berkewajiban menyetor pajak yang telah dipotong, memberikan bukti potong kepada penerima penghasilan, dan melaporkan pajak yang telah dipotong dan disetor. Pemberi penghasilan sebagai pemotong PPh Pasal 4 ayat (2) meliputi orang pribadi atau badan termasuk badan pemerintah.

Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah

PPN merupakan pajak atas nilai tambah suatu barang dan/atau jasa. PPN dikenakan pada setiap penyerahan/impor/pemanfaatan/ekspor barang kena pajak/jasa kena pajak/barang kena pajak tidak berujud; kegiatan membangun sendiri tidak dalam rangka kegiatan usaha, penyerahan aktiva yang menurut tujuan semula tidak untuk diperjualbelikan. Pada dasarnya setiap barang dan jasa merupakan barang kena pajak dan jasa kena pajak, kecuali yang diatur dalam peraturan perundangan pajak sebagai barang tidak kena pajak dan jasa tidak kena pajak. Barang tidak kena pajak diantaranya adalah barang-barang kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan rakyat banyak seperti beras, kedelai, garam, telur, susu, buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain; makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, yang diserahkan oleh jasa boga/catering; dan lain-lain.

PPN merupakan pajak tidak langsung artinya pajak dapat dialihkan pada pihak ketiga yaitu pembeli/pengguna barang/jasa. PPN dipungut oleh pengusaha kena pajak (PKP) pada saat penyerahan barang (disebut PPN Keluaran) kemudian disetorkan ke kas Negara. Apabila pada saat pembelian/perolehan barang/jasa dibayarkan pajak kepada pemasok (disebut PPN Masukan), jumlah tersebut dapat dikreditkan dari Pajak Keluaran. Jumlah yang dibayarkan ke kas Negara oleh PKP sebesar pajak yang dipungut (PPN keluaran) dikurangi pajak yang dibayarkan (PPN Masukan). Penghitungan pajak seperti ini dinamakan mekanisme kredit pajak masukan.

PPnBM adalah pajak yang dikenakan atas penjualan barang kena pajak tergolong mewah. Barang kena pajak tergolong mewah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 620/PMK.02/2004, diantaranya lemari pendingin, pemanas air, mesin pencuci piring, dan lain-lain.

Pengenaan PPN berbeda dengan PPnBM. PPN dikenakan pada setiap jalur distribusi sedangkan PPnBM hanya dikenakan sekali pada saat diserahkan oleh produsen. PPnBM

tidak mengenal mekanisme kredit pajak masukan.

PPN dan PPnBM bisa dipungut oleh PKP sendiri atau Pemungut PPN (dalam hal ini bendaharawan pemerintah dan KPPN). Setiap penyerahan barang/jasa kena pajak dan/atau barang kena pajak tergolong mewah kepada pemerintah, PPN dan/atau PPnBM secara otomatis dipungut oleh bendaharawan sebagai pemungut PPN. Pajak yang dipungut tersebut disetor oleh pemungut PPN atas nama PKP yang bersangkutan menggunakan setoran pajak (SSP). PKP rekanan akan menerima SSP sebagai bukti potong pajak. Pemungut PPN tidak memungut PPN dan/atau PPnBM terhadap PKP rekanan yang menyerahkan barang/jasa yang tidak dipungut PPN.

ASPEK PERPAJAKAN PADA BADAN LAYANAN UMUM

BLU memperoleh pendapatan dari APBN/APBD, jasa layanan umum, hibah terikat, hasil kerja sama dengan pihak lain, dan usaha lainnya. Sebagai instansi yang menerima dana dari APBN/APBD, BLU tidak berkewajiban membayar pajak atas penghasilan yang diterimanya sendiri. BLU tidak berkewajiban memenuhi PPh Pasal 25 (angsuran bulanan yang dibayar sendiri oleh BLU) dan/atau PPh Pasal 29 (kurang payar akhir tahun). Dengan demikian BLU bukan subjek pajak. Hal ini sesuai dengan Pasal 4 ayat (3) UU PPh di mana instansi pemerintah yang memenuhi keempat kriteria berikut dikecualikan dari subjek pajak. Kriteria tersebut adalah:

1. pembentukannya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
2. pembiayaannya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
3. penerimaannya dimasukkan dalam anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah; dan
4. pembukuannya diperiksa oleh aparat pengawasan fungsional Negara.

Pendapatan BLU tidak hanya berasal dari alokasi APNB/APBD, tetapi berasal dari komponen lain diantaranya jasa layanan umum. BLU layanan rumah sakit memperoleh pendapatan dari hasil layanan BLU berupa jasa layanan rumah sakit terdiri atas jasa rawat jalan, rawat inap, tindakan medis, jasa operasional unit penunjang (radiologi, laboratorium, fisioterapi, farmasi, dan lain-lain), pendapatan operasional lain (pendidikan dan latihan, penelitian/litbang, dan lain-lain), dan pendapatan non operasional (sewa ruang, pendapatan investasi, dan lain-lain).

BLU layanan pendidikan dan latihan (perguruan tinggi) memperoleh pendapatan dari hasil layanan BLU berupa sumbangan pembangunan dan sumbangan pendidikan mahasiswa, pendafataran mahasiswa baru, wisuda, legalisir, hasil-hasil penelitian, dan lain-lain.

Dana tersebut tidak berasal dari APBN/APBD sehingga sesuai ketentuan pasal 4 ayat (3) UU PPh, BLU adalah subjek pajak atau diperlakukan sebagaimana entitas bisnis lainnya. Dalam hal BLU menerima pendapatan di luar

APBN/APBD terutama yang berasal dari jasa layanan umum, kewajiban perpajakan atas penghasilan BLU sendiri juga tidak ada. Hal ini sesuai dengan prinsip pengelolaan BLU, yaitu bahwa BLU merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kementerian/lembaga/pemerintah daerah sebagai instansi induknya. Perencanaan dan anggaran BLU yang dituangkan dalam rencana bisnis dan anggaran (RBA) BLU mengacu pada rencana strategis instansi induknya, seluruh aset BLU adalah milik pemerintah, seluruh pendapatan dan biaya dimasukkan dalam laporan keuangan BLU sehingga tercatat dalam APBN/APBD melalui konsolidasi laporan keuangan instansi induknya, laporan keuangan BLU diaudit oleh auditor independen dan aparat pengawas fungsional negara. Seluruh pendapatan BLU merupakan penerimaan negara bukan pajak sehingga tidak perlu dipungut pajak yang notabene adalah penerimaan negara. Seluruh pendapatan BLU kecuali hibah terikat dapat dikelola secara langsung oleh BLU.

BLU melakukan kegiatan dalam bentuk memberikan layanan barang dan/atau jasa kepada masyarakat. Sebagai konsekuensi kegiatan tersebut, BLU melakukan belanja barang/jasa dalam bentuk membayarkan gaji, upah, honorarium, dan imbalan lainnya; melakukan pengadaan barang dan/atau jasa; melakukan transaksi lain yang mendukung kinerja operasional BLU tersebut. Atas kegiatan-kegiatan tersebut, BLU mempunyai kewajiban untuk menghitung, memotong/memungut, menyetor, dan melaporkan pajak-pajak yang terkait. Pajak-pajak yang terkait dengan kegiatan BLU adalah pajak penghasilan pasal 21 (PPh Pasal 21), pajak penghasilan pasal 22 (PPh Pasal 22), pajak penghasilan pasal 23 (PPh Pasal 23), pajak penghasilan tertentu bersifat final (PPh Pasal 4 ayat (2)), dan pajak pertambahan nilai (PPN). Terhadap pajak-pajak tersebut, BLU menjadi pemotong/pemungut pajak.

PPh Pasal 21 dijumpai hampir di semua jenis layanan BLU. BLU membayarkan gaji, upah, tunjangan, honorarium bersifat teratur dan tidak teratur. BLU dimungkinkan mempunyai pegawai tetap PNS, non PNS, pegawai lepas harian, dan penerima imbalan lainnya. Terhadap penghasilan yang bersifat teratur, penghitungan PPh Pasal 21 bagi pegawai tetap dengan status PNS dan non PNS pada dasarnya sama. Perbedaan penghitungan PPh Pasal 21 antara PNS dan non PNS terjadi dalam hal menerima honorarium. Pembayaran honorarium dibedakan dari sumber dana maupun penerimanya. Kompleksitas penghitungan PPh Pasal 21 yang dipotong atas pembayaran imbalan kepada penerimanya tergantung pada jenis BLU. Penghitungan BLU rumah sakit dan perguruan tinggi lebih bervariasi dibanding BLU dana bergulir atau lembaga penelitian dan pengembangan. BLU rumah sakit mempunyai kelompok pegawai bervariasi, terdiri dari tenaga medis (dokter), paramedis, dan manajemen termasuk unsur penunjang. Pembayaran gaji/honorarium dokter di rumah sakit BLU dapat meliputi: dokter yang menjabat sebagai pimpinan rumah sakit; dokter sebagai

pegawai tetap rumah sakit, dokter sebagai pegawai harian lepas rumah sakit; dokter bukan pegawai tetap tetapi mempunyai jadwal praktek tetap; dokter tamu yang hanya merawat pasien yang dititipkan ke rumah sakit; dokter yang menyewa ruangan rumah sakit untuk praktek. Pembayaran gaji/honorarium pegawai selain dokter di rumah sakit BLU dapat meliputi pegawai tetap, pegawai lepas harian, pegawai honorer, dan lain-lain. PPh Pasal 21 atas honorarium untuk masing-masing jenis pegawai tersebut dihitung dengan cara yang berbeda.

BLU diberi kewenangan untuk melakukan balanja operasional maupun investasi sesuai RBA yang telah disetujui oleh instansi induknya. Bendahara BLU yang melakukan pembayaran atas belanja barang merupakan pemotong PPh Pasal 22. Setiap terjadi pembayaran, BLU berkewajiban untuk menghitung, memotong, menyetor, dan melaporkan besarnya PPh Pasal 22 yang dipungut. Dikecualikan dari kewajiban tersebut adalah apabila nilai belanja barang tidak melebihi Rp2.000.000 tidak dalam bentuk yang dipecah-pecah. BLU tertentu seperti rumah sakit, perguruan tinggi, balai litbang melakukan pengadaan barang-impor melalui pihak ketiga (importir) sehingga PPh Pasal 22 atas impor barang menjadi kewajiban importir yang bersangkutan.

PPh Pasal 23 yang dipotong oleh BLU meliputi pajak atas pengadaan jasa seperti jasa audit, jasa konsultan manajemen, jasa kebersihan *(cleaning service)*, jasa katering (tata boga), jasa sewa selain tanah dan/atau bangunan, dan lain-lain. Pengenaan imbalan jasa tersebut dikenakan PPh Pasal 23 apabila penyedia jasa adalah badan. BLU yang memotong PPh Pasal 23 berkewajiban menyetor dan melaporkannya sesuai ketentuan yang berlaku.

Seperti halnya pajak penghasilan yang lain, BLU juga berkewajiban memotong, menyetor, dan melaporkan PPh Pasal 4 ayat (2) seperti sewa tanah dan/atau bangunan, pemberian hadiah undian, dan lain-lain. Di samping sebagai pemotong PPh Pasal 4 ayat (2), BLU dimungkinkan menerima penghasilan berupa bunga simpanan di bank, sewa tanah dan bangunan, sewa peralatan lain yang dimiliki, dan lain-lain. Pajak atas penghasilan tersebut telah dipotong pajak oleh penyedia jasa.

BLU yang melakukan penyerahan barang/jasa kena pajak berpotensi untuk memungut PPN dan berkewajiban sebagai pengusaha kena pajak (PKP). BLU rumah sakit mempunyai instalasi farmasi (apotik). Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE-21/PJ.52/1998 menegaskan bahwa instalasi farmasi (kamar obat) merupakan suatu tempat untuk mengadakan dan menyimpan obat-obatan, gas medik alat-alat kesehatan serta bahan kimia yang bukan berdiri sendiri tetapi merupakan satuan organik yang tidak terpisahkan dari keseluruhan organisasi Rumah Sakit. Dengan demikian penyerahan obat-obatan yang dilakukan oleh instalasi farmasi (kamar obat) tidak terutang PPN. Kenyataannya, instalasi farmasi dalam rumah sakit melayani obat untuk pasien rawat inap, pasien rawat jalan, dan pasien gawat darurat bahkan rumah sakit tertentu melayani

pembelian obat pasien luar rumah sakit yang bersangkutan. Hal ini berarti instalasi farmasi melakukan pelayanan kepada pasien di luar rawat inap sebagaimana lazimnya sebuah apotik, maka atas penyerahan obat-obatan oleh instalasi farmasi kepada pasien rawat jalan tetap terutang PPN. Apotik memenuhi kriteria sebagai usaha pegadang eceran karena melakukan perdagangan dengan cara menyerahkan barang kena kajak langsung kepada konsumen akhir di sebuah tempat penjualan (kios); menyediakan barang kena pajak yang diserahkan di tempat penjualan secara eceran; melakukan transaksi jual beli secara spontan tanpa didahului dengan penawaran tertulis, kontrak atau lelang dan pada umumnya bersifat tunai; dan pembeli pada umumnya datang ke tempat penjualan tersebut langsung membawa sendiri barang kena pajak yang dibelinya. Dengan demikian apabila apotik atau instalasi farmasi melayani penyerahan obat kepada pasien rawat jalan dan/atau pasien di luar rumah sakit dengan omset tertentu sesuai yang disyaratkan dalam ketentuan perpajakan, maka apotik tersebut menjadi pengusaha kena pajak eceran dan memungut PPN 2% dari nilai penyerahan. Namun demikian perlu dipertimbangkan bahwa seluruh PPN akan dipungut dan disetorkan ke pemerintah.

Apabila BLU diharuskan menjadi PKP sehingga berkewajiban memungut PPN atas penyerahan barang, sebenarnya terlalu mengada-ada. Sebagai ilustrasi: BLU X membeli barang kena pajak senilai Rp110 juta (termasuk PPN). Barang tersebut dijual dengan harga Rp143 juta (termasuk PPN). Jika BLU X dianggap PKP yang harus memungut PPN, pajak keluaran sebesar Rp13 juta sedangkan pajak masukan sebesar Rp10 juta. Dengan mekanisme kredit pajak masukan, besarnya PPN yang kurang disetor sebesar Rp3 juta. Atas transaksi ini, BLU memperoleh pendapatan Rp13 juta seluruhnya sebagai penerimaan APBN/D dari sumber penerimaan bukan pajak sementara Rp3 juta sebagai penerimaan pajak. Artinya secara keseluruhan menyumbang penerimaan APBN/D sebesar Rp13 juta. Pembebanan biaya atau kas yang dibayarkan kepada rekanan sebesar Rp10 juta. Apabila BLU X bukan PKP sehingga tidak berkewajiban memungut PPN pada saat penyerahan barang. Kas masuk sebesar Rp13 juta seluruhnya diterma sebagai penerimaan bukan pajak sedangkan kas yang dibayarkan kepada rekanan sebesar Rp10 juta. Dari kedua penghitungan tersebut, besarnya kontribusi terhadap APBN sama-sama sebesar Rp13 juta.

BLU bukan PKP juga didasarkan pada kenyataan bahwa pada umumnya output utama BLU merupakan jasa yang dikecualikan dari pengenaan PPN. Contohnya jasa pelayanan kesehatan dan medis, jasa pendidikan, dan jasa keuangan.

Dalam kaitan dengan PPN dan PPnBM, BLU merupakan pemungut pajak. Sebagai pemungut pajak, bendahara BLU berkewajiban untuk memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPnBM yang telah dipungut sesuai ketentuan yang berlaku.

Sejalan dengan tujuan pembentukan BLU yaitu untuk meningkatkan

pelayanan kepada masyarakat dengan memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan, BLU berusaha untuk meningkatkan kinerjanya. Tuntutan adanya standar pelayanan minimum dan remunerasi merupakan dua hal yang mendukung peningkatan kinerja BLU. Dalam hal teknis, BLU dikendalikan secara ketat oleh instansi induk sedangkan dalam hal keuangan dikendalikan oleh Menteri Keuangan.

BLU diharuskan menerapkan sistem informasi manajemen keuangan sesuai kebutuhan dan praktek bisnis yang sehat. Setiap transaksi keuangan BLU harus diakuntansikan dan dokumen pendukungnya dikelola secara tertib. Laporan keuangan BLU diharuskan menggunakan standar akuntansi untuk menghasilkan setidaknya berupa laporan realisasi anggaran/laporan operasional, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan BLU secara periodik disampaikan kepada instansi induk terkait untuk selanjutnya dikonsolidasikan dengan laporan keuangan instansi terkait untuk diaudit oleh auditor eksternal. Mekamisme tersebut mengharuskan BLU mencatat setiap transaksi keuangan yang terjadi. Dengan demikian, seluruh pajak yang terkait dengan transaksi tersebut menjadi lebih mudah dipantau dan dapat terkumpul secara optimal.

KESIMPULAN

Pajak-pajak yang ada pada BLU tidak jauh berbeda dengan usaha pada umumnya. BLU mempunyai kewajiban lebih banyak dalam hal sebagai pemotong/pemungut pajak. Pajak-pajak yang dipotong/dipungut meliputi PPh Pasal 21, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23, PPh Pasal 4 ayat (2), dan PPN.

BLU tidak dikenakan pajak atas penghasilan sendiri meskipun memperoleh pendapatan di luar APBN/APBD yaitu yang berasal dari hasil layanan jasa umum. BLU bukan subjek pajak, di samping memenuhi kriteria sebagaimana disebut dalam Pasal 4 ayat (3) UU PPh juga bahwa BLU merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan instansi induknya. Laporan keuangan BLU dibuat dengan standar akuntansi keuangan yang dilaporkan secara berkala dan dikonsolidasikan dengan laporan keuangan instansi induknya. Dengan mekanisme seperti tersebut, seluruh pendapatan, biaya, dan aktiva BLU merupakan pendapatan, biaya, dan aktiva pemerintah.

BLU juga melakukan transaksi yang berkaitan dengan pengadaan barang/jasa kena pajak. Dalam hal BLU membeli barang/jasa kena pajak, diwajibkan memungut PPN atas pengadaan barang/jasa kena pajak. Selanjutnya menyetor dan melaporkannya dalam bentuk SPT PPN Pemungut.

DAFTAR PUSTAKA

Direktorat Jenderal Pajak (2009), Peraturan Dirjen Pajak PER-57/Pj/2009 tentang Perubahan atas Peraturan Dirjen Pajak PER 31/Pj/2009 tentang Pedoman Teknis Tata Cara Pemotongan, Penyetoran, dan Pelaporan PPh Pasal 21 sehubungan dengan pekerjaan, jasa, dan kegiatan orang pribadi.

Kementerian Hukum dan HAM (2005), Peraturan Pemerintah Nomor

23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum, Jakarta.
Kementerian Hukum dan HAM 2008), Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi, Jakarta.
Kementerian Hukum dan HAM (2007), Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, Jakarta.
Kementerian Keuangan (2009) Peraturan Menteri Keuangan No. 15/PMK.03/2010 tentang Penetapan Organisasi Internasional dan Pejabat-pejabat perwakilan organisasi internasional yang tidak termasuk subjek pajak penghasilan.
Norpratiwi, AM Viany (2012), Aspek Value Added Rumah Sakit sebagai Badan Layanan Umum, diakses tanggal 5 Juli 2012.
SCBD (Sustainable Capacity Building for Decentralization Project) (2011), Modul Pelatihan Pengelolaan Keuangan Daerah, Yogyakarta.
Zahid, M. (2012), Permasalahan BLU, www.ptun-yogyakarta.go.id, diakses tanggal 7 November 2012.